



PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI WEBSITE NAGI SIPADEH KECAMATAN SANGIR KABUPATEN SOLOK SELATAN

Ares Albirru Amsal^{1*}, Lailaturrahmi², Felga Zulfia Rasdiana³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas

²Fakultas Farmasi Universitas Andalas

³Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Andalas

^{*}Corresponding author, aresalbirruamsal@eb.unand.ac.id

Revisi 22/11/2025

Diterima 16/12/2025

Publish 31/12/2025

Kata kunci: UMKM, Website, Pemberdayaan, Digital Marketing, Nagi Sipadeh

Abstrak

Minuman jahe merah merupakan salah satu produk herbal yang digemari masyarakat Indonesia, termasuk di Sumatera Barat. Melihat potensi tersebut, diperlukan dukungan pengembangan usaha yang mampu menjawab tantangan pemasaran digital. Program pengabdian ini dilaksanakan untuk memperkuat daya saing UMKM Nagi Sipadeh, produsen minuman jahe merah di Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan. Fokus utama kegiatan adalah membangun website berbasis Google Sites sebagai sarana promosi, pusat informasi produk, dan media komunikasi dengan konsumen. Tahapan pelaksanaan meliputi identifikasi permasalahan melalui observasi dan wawancara, perancangan serta pembuatan website, hingga sosialisasi pengelolaan konten agar dapat digunakan secara mandiri oleh pemilik usaha. Website yang telah dipublikasikan dan diintegrasikan dengan media sosial terbukti meningkatkan visibilitas Nagi Sipadeh secara signifikan di dunia maya. Selain menjadi etalase digital, website ini juga memberikan landasan awal bagi pengembangan usaha jangka panjang. Pembahasan menekankan pentingnya literasi digital, keberlanjutan pengelolaan website, serta dukungan sosialisasi dalam menghadapi tantangan bisnis. Untuk langkah selanjutnya disarankan adanya evaluasi berkelanjutan, peningkatan kapasitas digital marketing, penambahan fitur transaksi daring, serta perluasan jejaring kemitraan guna mendukung pertumbuhan usaha yang berkesinambungan.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author (s)

PENDAHULUAN

Jahe merah merupakan salah satu jenis tanaman herbal yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, terutama di Sumatera Barat, karena rasanya yang khas sekaligus khasiatnya yang menyehatkan (Hefni et al., 2022; I. P. Sari & Syaiful, 2021). Minuman berbasis jahe merah telah lama dikenal sebagai minuman tradisional untuk menjaga kebugaran tubuh, menghangatkan badan, serta meningkatkan daya tahan tubuh. Popularitasnya tidak hanya terbatas pada kalangan lanjut usia, tetapi juga digemari oleh kelompok usia produktif yang semakin sadar akan pentingnya gaya hidup sehat. Fenomena ini menunjukkan bahwa pasar minuman jahe merah masih memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan, terutama apabila produk mampu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen modern yang menuntut kualitas, variasi, serta kemudahan dalam konsumsi (Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022).

Perubahan gaya hidup masyarakat yang serba cepat turut membuka peluang bagi UMKM pengolah jahe untuk menawarkan produk praktis dengan nilai tambah. Dalam konteks ini, Nagi Sipadeh hadir dengan produk jahe merah instan siap seduh yang dinilai mampu menjawab kebutuhan konsumen akan minuman herbal yang sehat, praktis, sekaligus terjangkau. Situasi pandemi Covid-19 semakin memperkuat tren ini, karena masyarakat semakin menempatkan kesehatan sebagai prioritas utama (Muliantino, Ananda, & Sarfika, 2021). Perubahan perilaku konsumen yang lebih peduli pada imunitas tubuh dan pencegahan penyakit memberikan ruang lebih luas bagi produk herbal seperti jahe merah untuk berkembang dalam pasar lokal maupun nasional.

Selain memiliki nilai kesehatan, usaha pengolahan jahe juga memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi pemilik, keluarga, dan masyarakat sekitar (Y. Yanti et al., 2023). Pengembangan usaha ini berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jorong Tanjung Durian, Solok Selatan. Para petani lokal dapat memperoleh tambahan pendapatan melalui penanaman jahe merah, yang hasilnya dibeli oleh Nagi Sipadeh untuk diolah menjadi produk siap konsumsi. Rantai nilai ini diharapkan mampu mengangkat kesejahteraan masyarakat pedesaan dengan meningkatkan daya beli, memperbaiki tingkat pendidikan keluarga petani, serta mengurangi jumlah masyarakat yang berada pada garis kemiskinan (Satria et al., 2022). Dengan demikian, usaha jahe merah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia produk kesehatan, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal berbasis komunitas.

Selain aspek produksi dan konsumsi, pengembangan UMKM pengolahan jahe seperti Nagi Sipadeh sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi pada era digital. Saat ini, digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021; Bahari, Rahmi, Rahmadoni, & Anwar, 2022). Pemasaran berbasis digital melalui website, media sosial, dan marketplace memungkinkan produk lokal menembus batas geografis dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Oleh karena itu, integrasi antara produk berkualitas, strategi pemasaran digital, dan pemberdayaan masyarakat lokal menjadi fondasi penting dalam pengembangan usaha jahe merah ke depan. Nagi Sipadeh dipilih sebagai mitra dalam kegiatan perguruan tinggi berdasarkan hasil observasi tim yang menilai kelayakannya. Usaha ini dianggap potensial untuk diajak berkolaborasi dalam program pengembangan karena telah menunjukkan komitmen dalam peningkatan kualitas produk dan juga merupakan tenant aktif pada Inkubator Bisnis Teknologi (Inbistek) Science Techno Park Universitas Andalas.

Nagi Sipadeh telah beroperasi selama tiga tahun sebagai badan hukum perseorangan. Meskipun memiliki tim yang terdiri dari tiga karyawan, mereka telah berhasil mencapai standar produksi yang

mengesankan, yakni sekitar 200 kg produk per bulan. Keberhasilan ini didukung oleh standarisasi produk mereka, yang mencakup izin P-IRT, SITU, dan label HALAL dari LPPOM MUI.

Salah satu kekuatan utama Nagi Sipadeh dalam mengembangkan usahanya terletak pada inovasi produk. Hingga saat ini, berbagai varian minuman herbal telah berhasil diciptakan, mulai dari jahe merah original, jahe instan, jahe lemon, jahe pinang, kopi jahe, kunyit asam, hingga beras kencur. Keberagaman varian ini menunjukkan komitmen usaha untuk terus berinovasi dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin beragam (Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022). Inovasi semacam ini sejalan dengan tren industri makanan dan minuman yang menuntut produk tidak hanya memiliki cita rasa unik, tetapi juga nilai kesehatan serta kemudahan dalam konsumsi (Hefni, Suharti, & Srangenge, 2022).

Namun, meskipun produk telah beragam dan berhasil menarik konsumen, sistem produksi Nagi Sipadeh masih menghadapi kendala karena sebagian besar prosesnya masih bersifat manual. Proses pengolahan, mulai dari pemerasan jahe, pencucian, hingga pengemasan, masih dilakukan dengan peralatan sederhana. Hal ini menyebabkan keterbatasan kapasitas produksi serta efisiensi waktu yang rendah, sehingga menjadi hambatan dalam pemenuhan permintaan pasar yang terus meningkat. Oleh karena itu, penggunaan teknologi tepat guna seperti mesin pemeras, mesin pencuci jahe, dan mesin sachet dinilai penting untuk meningkatkan efisiensi serta kapasitas produksi (Muliantino, Ananda, & Sarfika, 2021).

Dari sisi manajemen, pola pengelolaan usaha Nagi Sipadeh masih didominasi pendekatan kekeluargaan. Proses produksi, pemasaran, hingga penjualan banyak bergantung pada kerabat atau kenalan pemilik. Meskipun hal ini mencerminkan adanya semangat kebersamaan, praktik semacam ini berpotensi menghambat profesionalisme dalam manajemen usaha. Model usaha keluarga memang umum terjadi pada UMKM di Indonesia, namun untuk meningkatkan daya saing diperlukan perbaikan tata kelola sumber daya manusia dan sistem manajerial yang lebih terstruktur (Satria et al., 2022).

Pada aspek pemasaran, produk jahe merah instan memiliki prospek pasar yang besar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Saat ini, Nagi Sipadeh telah memanfaatkan media sosial serta marketplace populer seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak sebagai sarana penjualan. Namun, aktivitas digital marketing masih terbatas dan belum dioptimalkan secara maksimal. Padahal, pemasaran digital telah terbukti menjadi strategi efektif untuk meningkatkan eksposur UMKM, memperluas jangkauan konsumen, serta membangun citra merek yang lebih profesional (Bahari, Rahmi, Rahmadomi, & Anwar, 2022). Dengan demikian, perlu adanya strategi digital marketing yang lebih terintegrasi, termasuk pengembangan website sebagai etalase resmi usaha dan integrasi dengan media sosial (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).

Selain itu, meskipun Nagi Sipadeh telah memiliki izin P-IRT dan label halal MUI, standarisasi produk masih perlu ditingkatkan. Salah satu kelemahan yang masih ditemukan adalah belum adanya pengujian laboratorium mengenai kandungan gizi dan manfaat kesehatan produk. Informasi gizi dalam kemasan tidak hanya menjadi standar yang diwajibkan, tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk (Rusydi et al., 2019). Pengujian semacam ini penting agar produk dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan memenuhi standar mutu nasional maupun internasional.

Dari aspek administrasi keuangan, Nagi Sipadeh masih menghadapi tantangan klasik yang umum dialami UMKM di Indonesia, yaitu pencatatan keuangan yang belum tertib. Selama ini pencatatan hanya dilakukan berdasarkan pemasukan dan pengeluaran harian dengan catatan manual atau excel sederhana. Sistem ini tidak menghasilkan laporan keuangan standar seperti laporan arus kas atau laporan laba rugi, sehingga sulit untuk memantau kinerja keuangan secara periodik. Kondisi ini juga menyulitkan usaha dalam merencanakan investasi baru, pengalokasian biaya pemasaran, maupun mencari mitra investor karena dianggap kurang bankable (Satria et al., 2022). Oleh sebab itu,

pendampingan dalam manajemen keuangan berbasis akuntansi sederhana menjadi hal yang mendesak untuk dilakukan.

Meski menghadapi berbagai keterbatasan, Nagi Sipadeh telah menunjukkan tekad kuat untuk berkembang. Pemilik usaha secara aktif mengikuti sosialisasi yang diselenggarakan pemerintah, menerima bantuan mesin produksi, serta memperoleh pendampingan dari Inkubator Bisnis Teknologi (Inbistek) Science Techno Park Universitas Andalas. Dukungan dari akademisi, pemerintah, dan komunitas bisnis ini memperlihatkan sinergi yang positif dalam memperkuat kapasitas UMKM lokal (Yanti et al., 2023). Hal tersebut menjadi modal sosial yang berharga untuk mendorong transformasi usaha menuju skala yang lebih besar dan berkelanjutan.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, tujuan utama program ini adalah meningkatkan eksposur digital Nagi Sipadeh melalui pembangunan website berbasis Google Sites sebagai media promosi dan informasi usaha. Website ini diharapkan mampu melengkapi strategi pemasaran digital yang telah ada, sekaligus memperluas jangkauan konsumen. Selain itu, program ini juga diarahkan untuk merancang pedoman pengembangan usaha yang mencakup aspek produksi, manajemen, pemasaran, dan literasi keuangan, dengan tujuan akhir menciptakan model bisnis UMKM yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan eksposur digital UMKM Nagi Sipadeh melalui pembangunan website berbasis Google Sites sebagai media promosi, informasi, dan komunikasi dengan konsumen. Website ini dirancang untuk menampilkan profil usaha, katalog produk, informasi kontak, serta tautan ke marketplace, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenal sekaligus melakukan interaksi dengan produk-produk Nagi Sipadeh. Dengan adanya website, diharapkan usaha ini tidak hanya memiliki sarana promosi yang lebih profesional, tetapi juga mampu memperluas jangkauan pasar dan membangun citra merek yang lebih kuat di era digital (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).

Lebih jauh, website juga diharapkan menjadi pondasi bagi program pengembangan usaha yang lebih komprehensif. Hal ini mencakup penguatan strategi pemasaran digital, peningkatan efisiensi manajemen usaha, hingga perluasan jejaring kemitraan dengan berbagai pihak, baik akademisi, pemerintah, maupun komunitas bisnis. Dengan pendekatan ini, Nagi Sipadeh diharapkan dapat berkembang menjadi UMKM yang tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana penguatan daya saing dan keberlanjutan usaha (Satria et al., 2022; Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk menjawab permasalahan mitra sekaligus memastikan keberlanjutan program. Tahap pertama adalah observasi dan identifikasi kebutuhan, yang dilakukan melalui observasi langsung serta wawancara terstruktur dengan pemilik usaha dan pihak terkait. Langkah ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam mengenai kondisi aktual Nagi Sipadeh, termasuk kendala dalam promosi, manajemen usaha, serta strategi pemasaran yang telah digunakan. Dari hasil wawancara, juga diidentifikasi kelemahan media promosi yang selama ini hanya mengandalkan metode konvensional dan pemanfaatan media sosial secara terbatas.

Tahap berikutnya adalah perancangan website. Berdasarkan temuan dari tahap awal, tim kemudian merancang sebuah website berbasis Google Sites yang dipilih karena praktis, gratis, dan

mudah dioperasikan oleh pemilik usaha. Struktur website disusun agar sederhana namun informatif, mencakup beranda berisi profil usaha, sejarah singkat, dan visi usaha; halaman produk berisi katalog minuman herbal lengkap dengan foto, deskripsi, dan harga; halaman kontak berisi nomor WhatsApp, email, serta alamat produksi untuk mempermudah interaksi dengan konsumen; serta tautan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak untuk mendukung transaksi daring. Desain website dibuat dengan menekankan kesederhanaan, keterbacaan, serta konsistensi identitas brand Nagi Sipadeh.

Setelah itu, website dipublikasikan sebagai tahap ketiga. Website dipromosikan melalui media sosial, jaringan konsumen yang sudah ada, serta disebarluaskan menggunakan strategi WhatsApp marketing. Tahap terakhir adalah evaluasi dan monitoring, yang dilakukan untuk mengukur efektivitas penggunaan website. Indikator yang digunakan antara lain jumlah kunjungan website, keterlibatan konsumen melalui umpan balik dan interaksi, serta kemampuan pemilik usaha dalam mengelola website secara mandiri. Evaluasi dilaksanakan secara berkala untuk melihat perkembangan serta menyusun strategi perbaikan di masa mendatang.

Dalam keseluruhan proses ini, peran mitra sangat penting. Pemilik Nagi Sipadeh tidak hanya berfungsi sebagai objek program, tetapi juga sebagai subjek aktif yang memberikan masukan, menyediakan lokasi untuk kegiatan, serta terlibat langsung dalam sosialisasi dan pengelolaan website. Kolaborasi ini memastikan bahwa hasil kegiatan tidak hanya bersifat sementara, melainkan dapat berlanjut sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

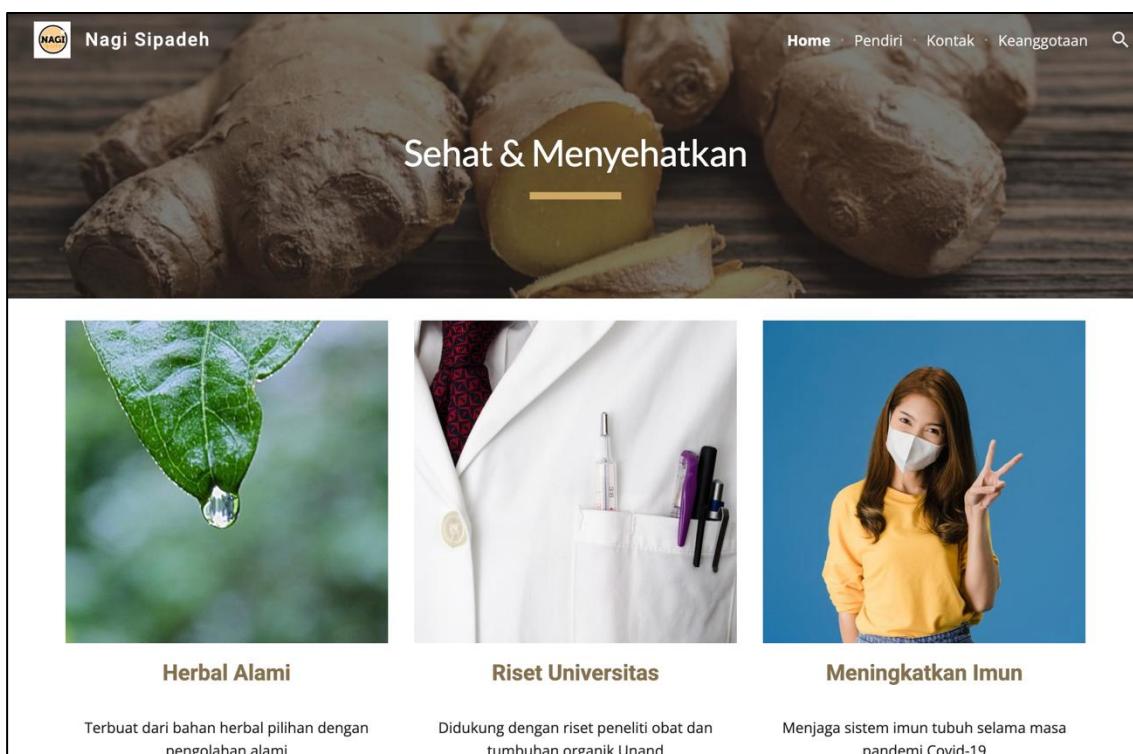
Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan, ditemukan sejumlah kendala utama yang dihadapi oleh UMKM Nagi Sipadeh. Pertama, promosi produk masih sangat terbatas dan lebih banyak mengandalkan metode dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar menjadi sempit. Kondisi ini dapat menghambat pertumbuhan usaha karena keterbatasan eksposur produk di dunia maya (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021). Kedua, katalog produk belum terdokumentasi dengan baik. Produk yang dihasilkan cukup beragam, tetapi informasi terkait varian, harga, maupun deskripsi belum disusun dalam bentuk media promosi yang terstandarisasi. Hal ini menyebabkan konsumen tidak memperoleh gambaran yang jelas mengenai pilihan produk yang tersedia (Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022).

Selain itu, ditemukan pula permasalahan dalam aksesibilitas konsumen terhadap produsen. Konsumen sering mengalami kesulitan untuk menghubungi penjual karena belum tersedia fitur komunikasi yang praktis dan terintegrasi. Dengan demikian, diperlukan media yang dapat menghadirkan kontak langsung seperti WhatsApp atau email sebagai sarana komunikasi yang responsif (Bahari, Rahmi, Rahmadoni, & Anwar, 2022). Permasalahan lainnya adalah branding usaha yang masih kurang dikenal secara luas. Nagi Sipadeh belum memiliki identitas digital yang kuat sehingga produk kurang menonjol dibandingkan kompetitor di pasar herbal sejenis. Website dapat menjadi solusi dengan menghadirkan citra usaha yang lebih resmi dan profesional.

Terakhir, tingkat literasi digital pemilik usaha masih relatif rendah, terutama dalam pengelolaan konten dan integrasi media sosial. Hal ini menjadi hambatan dalam memaksimalkan potensi pemasaran digital yang terbukti efektif dalam memperluas jaringan pasar UMKM (Satria et al., 2022). Oleh karena itu, pendampingan berupa sosialisasi manajemen konten dan strategi integrasi media sosial sangat penting dilakukan untuk memperkuat kemampuan adaptasi digital. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa pembangunan website berbasis Google Sites merupakan jawaban atas berbagai kendala yang dihadapi, sekaligus menjadi langkah awal transformasi digital UMKM Nagi Sipadeh.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang telah dilakukan, tim pengabdian kemudian melaksanakan pembangunan website sebagai solusi utama dalam meningkatkan eksposur digital UMKM Nagi Sipadeh. Website dirancang menggunakan platform Google Sites karena bersifat gratis, mudah dioperasikan, serta memungkinkan pemilik usaha untuk mengelola konten secara mandiri. Pemilihan platform ini juga mempertimbangkan keterbatasan literasi digital pemilik usaha, sehingga penggunaan teknologi yang sederhana menjadi langkah strategis dalam pemberdayaan (Bahari et al., 2022).

Struktur website Nagi Sipadeh dirancang dengan pendekatan sederhana namun tetap informatif, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh konsumen dari berbagai kalangan. Pada halaman beranda (<https://sites.google.com/view/nagisipadeh/home>), ditampilkan slogan “Sehat & Menyehatkan” yang menekankan nilai utama produk jahe merah sebagai minuman herbal berkualitas. Bagian ini juga diperkuat dengan tiga fitur unggulan, yakni Herbal Alami yang menjelaskan bahwa produk terbuat dari bahan alami dengan metode pengolahan tradisional, Riset Universitas yang menegaskan adanya dukungan hasil penelitian dari akademisi Universitas Andalas, serta Meningkatkan Imun yang menyoroti relevansi produk dalam menjaga daya tahan tubuh, terutama pada masa pandemi Covid-19. Elemen-elemen ini berfungsi sebagai bentuk value proposition yang jelas, yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen melalui media digital (Bahari, Rahmi, Rahmadoni, & Anwar, 2022).



Gambar 1. Tampak awal website

Di bagian berikutnya, website menampilkan Tentang Nagi Sipadeh, yaitu profil usaha yang disusun secara singkat namun padat. Bagian ini menjelaskan bahwa Nagi Sipadeh merupakan pelopor minuman herbal jahe bubuk di Sumatera Barat yang berdiri sejak 2017 dengan misi utama

memberdayakan petani lokal dan ibu rumah tangga di Kabupaten Solok Selatan. Penyajian narasi profil semacam ini tidak hanya memberikan informasi dasar, tetapi juga berfungsi membangun storytelling yang kuat, yang terbukti efektif dalam memperkuat identitas merek UMKM di ranah digital (Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022). Untuk meningkatkan daya tarik visual sekaligus memperkuat pesan komunikasi, halaman beranda dilengkapi dengan video promosi produk yang menampilkan proses produksi serta variasi minuman jahe merah yang dihasilkan. Strategi pemanfaatan konten visual ini sesuai dengan tren pemasaran digital modern yang menekankan pada penggunaan media audio-visual untuk meningkatkan keterlibatan konsumen (Rusydi et al., 2019).



Gambar 2. Bagian profil usaha website

Lebih lanjut, website juga menghadirkan fitur lokasi usaha yang terintegrasi dengan Google Maps. Kehadiran fitur ini mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi produksi maupun titik distribusi secara langsung, sekaligus menambah kredibilitas usaha karena menunjukkan keberadaan fisik yang jelas. Transparansi lokasi dan aksesibilitas informasi terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen dalam transaksi online, khususnya bagi UMKM yang baru berkembang (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).

Pada bagian akhir beranda, tersedia kolom Pesan Nagi Sipadeh yang berisi komitmen usaha untuk senantiasa menjaga kesehatan masyarakat melalui produk yang dihasilkan. Kolom ini dilengkapi dengan tombol Hubungi Kami yang secara langsung terhubung dengan fitur kontak, sehingga konsumen dapat dengan mudah menghubungi pemilik usaha melalui WhatsApp atau email. Fitur interaktif ini sangat penting karena menjadi jembatan komunikasi yang cepat, sederhana, dan sesuai dengan pola perilaku konsumen digital saat ini. Integrasi fitur kontak langsung dalam website merupakan salah satu praktik terbaik dalam strategi pemasaran berbasis website bagi UMKM (Satria et al., 2022).



Gambar 3. Peta Google dan pesan produk

Selain beranda, website Nagi Sipadeh juga menampilkan laman Pendiri (<https://sites.google.com/view/nagisipadeh/pendiri>) yang berfungsi memperkenalkan sosok di balik berdirinya usaha ini. Pada halaman ini ditampilkan judul besar “Pendiri Nagi Sipadeh” dengan latar

visual berupa gambar jahe, yang menegaskan identitas produk. Bagian utama laman ini menampilkan informasi bahwa usaha Nagi Sipadeh telah berdiri sejak tahun 2017, dirintis oleh seorang perempuan bernama Yenti Gusnita dari daerah selatan Sumatera Barat. Informasi ini diperkuat dengan kutipan dari pemberitaan media lokal Harian Haluan yang mendokumentasikan perjalanan awal berdirinya usaha tersebut.

Selain narasi sejarah, laman ini juga dilengkapi dengan foto pendiri yang sedang memperkenalkan produk-produk Nagi Sipadeh. Penyajian visual ini tidak hanya memberikan identitas personal, tetapi juga menghadirkan nuansa kedekatan dengan konsumen. Dengan menampilkan figur pendiri secara langsung, website memberikan kesan autentik dan membangun emotional branding yang dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen (Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022).

Lebih jauh, laman ini juga menjelaskan makna nama Sipadeh yang berasal dari bahasa Minangkabau dan berarti “jahe”. Penjelasan etimologi ini memperkuat nilai lokalitas dan budaya dalam branding produk, sekaligus menegaskan bahwa Nagi Sipadeh adalah produk khas daerah yang berakar pada kearifan lokal. Integrasi antara narasi pendiri, nilai budaya, serta visualisasi produk menjadikan laman ini penting dalam membangun citra merek yang kuat dan membedakan Nagi Sipadeh dari produk sejenis lainnya (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).

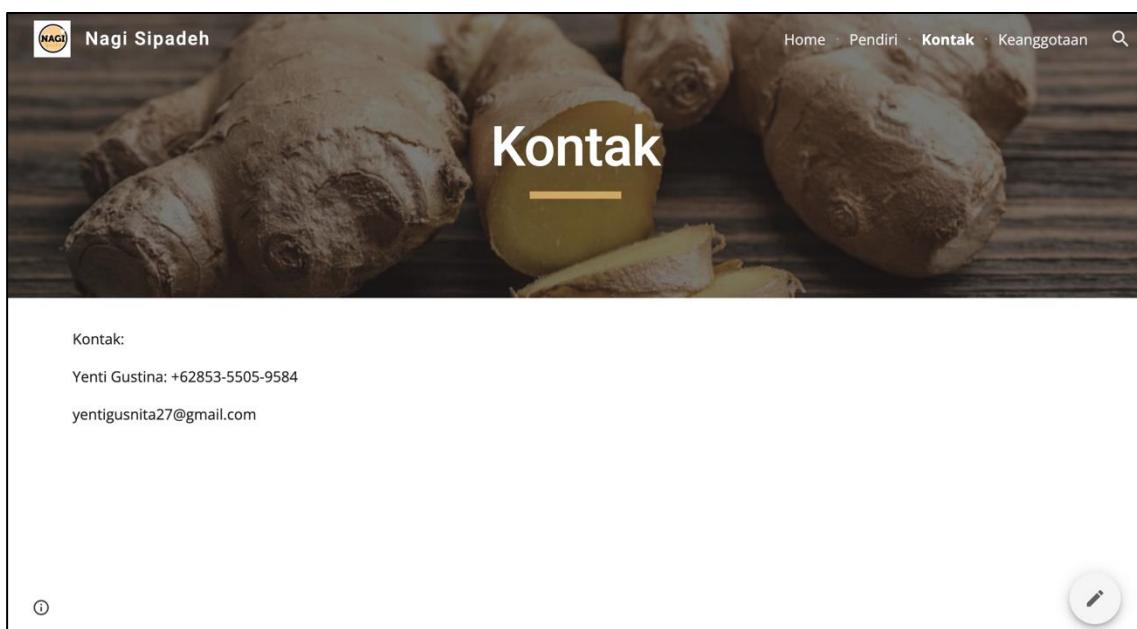


Gambar 4. Laman pendiri

Laman Kontak (<https://sites.google.com/view/nagisipadeh/kontak>) pada website Nagi Sipadeh dirancang sederhana dan langsung menampilkan informasi penting untuk memudahkan interaksi antara konsumen dengan pemilik usaha. Pada bagian atas halaman ditampilkan judul besar “Kontak” dengan latar visual berupa gambar jahe, yang tetap konsisten dengan identitas produk herbal. Bagian

isi halaman mencantumkan informasi nama pemilik usaha, yaitu Yenti Gusnita, beserta nomor telepon yang dapat dihubungi melalui WhatsApp, serta alamat email resmi yang dapat digunakan untuk kebutuhan komunikasi lebih formal.

Penyajian kontak yang jelas dan mudah diakses ini memiliki peran strategis dalam membangun hubungan dengan konsumen. Konsumen dapat dengan cepat melakukan pemesanan, menyampaikan pertanyaan, atau memberikan umpan balik mengenai produk. Menurut penelitian, fitur komunikasi langsung seperti WhatsApp atau email terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi secara online (Bahari, Rahmi, Rahmadoni, & Anwar, 2022). Bagi UMKM, keberadaan laman kontak bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga bagian dari strategi digital marketing yang penting untuk menjaga loyalitas konsumen dan memperluas jaringan pasar (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).



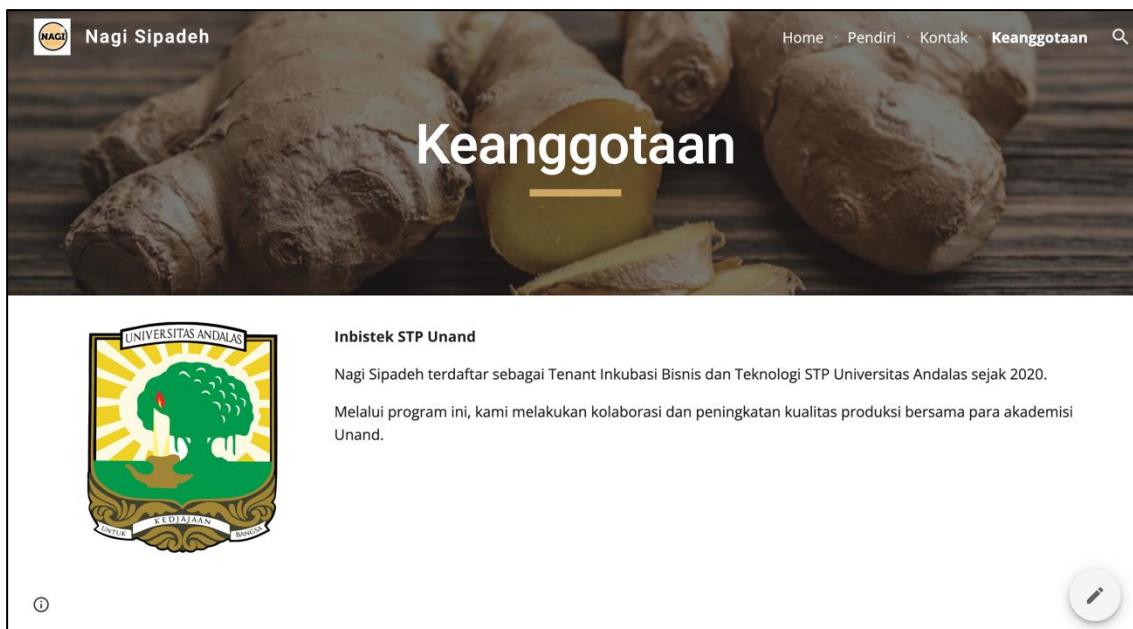
Gambar 5. Laman kontak

Laman Keanggotaan (<https://sites.google.com/view/nagisipadeh/keanggotaan>) pada website Nagi Sipadeh menampilkan informasi mengenai keterlibatan usaha ini dalam program inkubasi bisnis. Pada halaman tersebut dijelaskan bahwa sejak tahun 2020 Nagi Sipadeh telah resmi menjadi tenant Inkubator Bisnis dan Teknologi (Inbistek) Science Techno Park Universitas Andalas (STP Unand). Informasi ini diperkuat dengan logo resmi Universitas Andalas, yang ditampilkan secara visual untuk menegaskan identitas institusi pendukung.

Keanggotaan dalam inkubator bisnis memberikan nilai tambah yang signifikan, karena melalui program ini Nagi Sipadeh mendapatkan akses terhadap pendampingan akademisi, bimbingan teknis, serta dukungan dalam peningkatan kualitas produksi dan manajemen usaha. Kolaborasi dengan perguruan tinggi memungkinkan UMKM seperti Nagi Sipadeh untuk mengembangkan produk berdasarkan riset yang lebih terarah, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).

Kehadiran laman ini juga menjadi elemen penting dalam membangun kredibilitas usaha di mata konsumen. Dengan menampilkan afiliasi kelembagaan, website tidak hanya memperkuat citra profesional tetapi juga menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan telah melewati proses pengembangan yang mendapat dukungan akademis. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa

keterhubungan UMKM dengan lembaga pendidikan dan inkubator bisnis mampu mempercepat adopsi inovasi serta memperluas jejaring kemitraan (Satria et al., 2022).



Gambar 6. Laman keanggotaan

Secara keseluruhan, struktur website Nagi Sipadeh tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai etalase digital yang menghadirkan identitas usaha secara profesional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menekankan pentingnya digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan website dan media sosial untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta membangun kepercayaan konsumen di era ekonomi digital (Y. Yanti et al., 2023).

Dalam implementasinya, tim juga memberikan sosialisasi kepada pemilik usaha mengenai cara menambahkan produk baru, memperbarui informasi harga, serta mengganti foto produk agar website tetap relevan dengan perkembangan bisnis. Selain itu, dilakukan pula integrasi website dengan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan adanya sinergi antara website, media sosial, dan marketplace, Nagi Sipadeh kini memiliki sistem pemasaran digital yang lebih terstruktur dan profesional (Azhari, Tanjung, & Kurnia, 2021).

Website yang telah dipublikasikan kemudian disebarluaskan melalui media sosial resmi Nagi Sipadeh, jaringan konsumen yang telah ada, serta strategi WhatsApp marketing. Publikasi ini berhasil meningkatkan visibilitas usaha karena konsumen kini dapat dengan mudah mengakses informasi produk dan melakukan pembelian tanpa harus menghubungi pemilik secara manual. Kehadiran website ini sekaligus memperkuat branding Nagi Sipadeh sebagai UMKM modern yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi (Satria et al., 2022; Yanti, Permata, & Lendrawati, 2022).

Secara keseluruhan, implementasi website Nagi Sipadeh telah menjawab berbagai permasalahan utama yang ditemukan pada tahap observasi, mulai dari promosi, dokumentasi produk, komunikasi dengan konsumen, hingga penguatan branding. Keberhasilan ini menjadi titik awal penting dalam perjalanan digitalisasi UMKM, sekaligus pondasi bagi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil melaksanakan pembangunan website berbasis Google Sites sebagai media promosi dan pemberdayaan UMKM Nagi Sipadeh di Kabupaten Solok Selatan. Website yang telah dibuat mampu menampilkan profil usaha, katalog produk, kontak interaktif, tautan marketplace, serta informasi kelembagaan yang memperkuat branding usaha. Keberadaan website ini secara nyata meningkatkan visibilitas digital Nagi Sipadeh, memberikan citra yang lebih profesional, sekaligus memudahkan konsumen dalam mengakses informasi produk dan melakukan transaksi. Selain itu, proses sosialisasi dan pendampingan yang diberikan juga berhasil meningkatkan literasi digital pemilik usaha sehingga mereka lebih mandiri dalam mengelola konten dan mengintegrasikan website dengan media sosial.

Dari perspektif akademis, program ini memberikan kontribusi pada kajian pengabdian masyarakat dengan menegaskan peran website sebagai medium pembelajaran digital (digital learning-by-doing) bagi pelaku UMKM. Proses pendampingan tidak hanya menghasilkan produk teknologi, tetapi juga mendorong peningkatan kapasitas kognitif dan perilaku digital pemilik usaha. Hal ini memperkuat argumen bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak semata ditentukan oleh teknologi yang digunakan, melainkan oleh kesesuaian teknologi dengan kapasitas pengguna dan konteks sosialnya.

Meskipun telah memberikan dampak positif, program ini masih memiliki ruang pengembangan lebih lanjut. Beberapa kendala seperti keterbatasan fitur Google Sites untuk transaksi online, rendahnya intensitas pembaruan konten, serta kebutuhan akan standarisasi informasi gizi pada kemasan produk masih perlu diperhatikan. Oleh karena itu, ke depan disarankan agar Nagi Sipadeh: (1) mengembangkan fitur tambahan berupa sistem pemesanan dan pembayaran online yang terintegrasi; (2) meningkatkan frekuensi pembaruan konten agar website tetap relevan dengan perkembangan usaha; (3) melakukan uji laboratorium untuk melengkapi informasi gizi dan khasiat produk sehingga dapat memperkuat kepercayaan konsumen; serta (4) mempertimbangkan penggunaan domain khusus (.com atau .id) untuk memperkuat profesionalisme dan memperluas jangkauan pasar. Dengan langkah-langkah tersebut, website Nagi Sipadeh tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital, tetapi juga dapat menjadi pusat strategi pemasaran modern yang mendukung keberlanjutan usaha, peningkatan daya saing, serta kontribusi terhadap perekonomian masyarakat lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Andalas atas pendanaan dalam melakukan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, R., Tanjung, F., & Kurnia, Y. (2021). Peningkatan Kualitas dan Penerapan Sistem Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Istana Rendang. *Warta Pengabdian Andalas*, 28(3). <https://doi.org/10.25077/jwa.28.3.272-278.2021>
- Bahari, A., Rahmi, D. Y., Rahmadoni, J., & Anwar, K. (2022). Pengembangan Metode Pemasaran Melalui Digital Marketing Bagi Produk UMKM Di Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.25077/jhi.v5i1.592>
- Hefni, D., Suharti, N., & Srangenge, Y. (2022). Pembuatan Minuman Herbal Jahe Serbuk Dan Nata Lidah Buaya Dari Tanaman Obat Keluarga (Toga) Di Nagari Sikucur Kecamatan V Koto

Kampung Dalam Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 5(4), Article 4. <https://doi.org/10.25077/jhi.v5i4.616>

Muliantino, M. R., Ananda, Y., & Sarfika, R. (2021). Edukasi Kesehatan Dan Pengolahan Obat Tradisional Untuk Peningkatan Imunitas Pada Masa Pandemi di Jorong Bansa Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 4(4), Article 4. <https://doi.org/10.25077/bina.v4i4.408>

Rusydi, M. I., Utami, P. P., Fikri, M., Surbakti, A. W. A., Halim, P., & Rahman, A. (2019). Peningkatan Ketertarikan Dan Pengetahuan Siswa/I Dalam Mempelajari Bam Melalui Pengembangan Media Ajar Interaktif. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4.b), Article 4.b. <https://doi.org/10.25077/jhi.v2i4.b.313>

Sari, D. K., Darlis, V., & Meidilisa, V. (2019). Penerapan Mobile Marketing Dan Perbaikan Packaging Pada UMKM Sumatera Barat Tepung Dan Olahan Sala Uni Jamila. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(3.b), Article 3.b. <https://doi.org/10.25077/jhi.v2i3.b.327>