Prosiding Seminar Hasil
KKN, Vol 3 No 1 2026
E ISSN 3030-8895

# DIGITALISASI PRODUK UNGGULAN DESA MELALUI PENGEMBANGAN WEBSITE PROFIL UMKM DESA JOMBANGDELIK

**Raditya Thabroni Romadhon[1], Syafa Dhita Pratama [2], Muhammad Firdaus Lazuardi [3], Rizqi Alriansyah Manurung, S.Ak., M.Ak [4]**

**[1,2,3,4]Mahasiswa Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik, [4]Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik**

Email: radityathabroniromadhon@gmail.com, syafadhitapratama@gmail.com, lazuardii1402@gmail.com, muhammad.rizqialriansyah@umg.ac.id

## ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi informasi, desa memiliki peluang besar untuk memanfaatkan media digital untuk mempromosikan potensi lokal, khususnya bisnis UMKM. Namun demikian, peran strategis website desa dalam mempromosikan produk unggulan desa belum optimal karena penggunaan umumnya terbatas pada penyediaan informasi administratif. Tujuan dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah untuk membantu digitalisasi produk unggulan Desa Jombangdelik. Ini akan dicapai melalui pengembangan situs profil UMKM yang akan terintegrasi dengan situs web desa. Participatory Action Research (PAR) adalah metodologi yang digunakan, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan inisiatif, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil penyelidikan menunjukkan bahwa situs web yang berhasil dibuat untuk menampilkan tiga UMKM unggulan satu dari Dusun Delik dan dua dari Karang Melati dengan profil bisnis, informasi produk, galeri, serta tautan yang dihubungkan melalui artikel/berita pada situs web desa. Menurut evaluasi yang melibatkan perangkat desa, pelaku UMKM, dan masyarakat, situs web berfungsi dengan baik sebagai alat promosi dan meningkatkan literasi digital masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan situs web profil UMKM yang dikombinasikan dengan situs web desa dapat menjadi solusi praktis untuk mendukung digitalisasi desa dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

***Kata kunci: UMKM, Website Desa, Digitalisasi, Participatory Action Research (PAR), Pemberdayaan Masyarakat***

## ABSTRACT

With the development of information technology, villages have a great opportunity to utilize digital media to promote local potential, especially MSME businesses. However, the strategic role of village websites in promoting the village's superior products has not been optimized because their

use is generally limited to providing administrative information. The objective of this Community Service Learning (CSL) activity is to assist in the digitalization of Jombangdelik Village's flagship products. This will be achieved through the development of an SME profile website that will be integrated with the village website. Participatory Action Research (PAR) is the methodology employed, emphasizing active community participation in every stage of the initiative, from problem identification, planning, implementation, to evaluation. The investigation results show that a successful website was created to showcase three flagship SMEs one from Delik Hamlet and two from Karang Melati with business profiles, product information, galleries, and integration into the village website. According to an evaluation involving village officials, SME actors, and the community, the website functions well as a promotional tool and enhances community digital literacy. Therefore, the development of an SME profile website combined with the village website can serve as a practical solution to support village digitalization and community economic empowerment.

***Keywords: MSMEs, Village Website, Digitalization, Participatory Action Research (PAR), Community Empowerment***

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang ekonomi dan pemberdayaan usaha kecil. Desa-desa di Indonesia kini mulai memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital tersebut adalah pengembangan website desa yang dapat dijadikan media promosi dan pemasaran produk unggulan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan mendorong pergerakan ekonomi di tingkat lokal. Namun, salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan teknologi informasi berbasis web. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa website mampu menjadi media pemasaran yang efektif untuk UMKM karena dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pelanggan, serta mendukung branding digital usaha yang bersangkutan. Misalnya, Kurniawan dkk. menekankan pentingnya sistem digital branding berbasis web dalam membantu promosi dan pemasaran produk UMKM di era digital.[1]

[1]Albert, A., B. Balázs, E. Butkevičienė, K. Mayer, and J. Perelló. 2021. "Citizen Social Science: New and Established Approaches to Participation in Social Research." In *The Science of Citizen Science*, edited by K. Vohland et al., 119–138. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58278-4.

Selain itu, pemanfaatan website juga telah diterapkan dalam konteks pengembangan desa. Nggewa dan Witi merancang sistem informasi desa berbasis web untuk menyediakan akses informasi bagi masyarakat dan mendukung pelayanan publik.[2] Gigih dkk. menambahkan bahwa website desa dapat memajukan produk UMKM sekaligus meningkatkan layanan masyarakat, sehingga desa dapat berperan aktif dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal.[3] Temuan serupa juga diungkapkan oleh Sanjaya dkk., yang menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis web efektif sebagai media pemasaran UMKM di Desa Ngrimbi.[4] Dengan demikian, pengembangan website UMKM yang terintegrasi dengan website desa berpotensi menjadi solusi strategis untuk memperkuat promosi produk unggulan desa.

Namun, berdasarkan observasi awal di Desa Jombangdelik, pemanfaatan website desa masih terbatas pada penyajian informasi umum dan berita desa. Belum terdapat fitur khusus yang dapat menampilkan secara detail produk unggulan UMKM. Hal ini mengakibatkan informasi mengenai UMKM unggulan sulit diakses masyarakat secara luas. Oleh karena itu, kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Informatika diarahkan pada pembuatan website khusus UMKM yang diselaraskan dengan website desa melalui artikel atau berita, sehingga informasi mengenai produk unggulan dapat dipublikasikan dengan lebih terstruktur dan mudah diakses.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengembangkan website profil UMKM Desa Jombangdelik yang memuat informasi produk, profil usaha, dan galeri UMKM unggulan, serta memastikan publikasinya melalui website desa. Dengan adanya website ini diharapkan dapat memperkuat branding digital UMKM desa, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan literasi digital masyarakat, sehingga mendukung pembangunan ekonomi lokal berbasis teknologi informasi.

## METODE PELAKSANAAN

[2] Astuti, R. 2024. "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UMKM Cheese Stick Alfan." *Innotech: Jurnal Ilmu Komputer, Sistem Informasi dan Teknologi Informasi* 1 (1): 54–63.

[3] Fakhrurozi, J., D. Pasha, J. Jupriyadi, and I. Anggrenia. 2021. "Pemertahanan Sastra Lisan Lampung Berbasis Digital di Kabupaten Pesawaran." *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv* 2 (1): 27.

[4] Gigih, G. A. H., M. R. Maulani, and D. Hamidin. 2023. "Sistem Informasi Desa Berbasis Web untuk Memajukan Produk UMKM dan Layanan Masyarakat di Desa Bapangsari Kabupaten Purworejo." *Jurnal Teknik Informatika* 15 (2): 71–77.

Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN ini adalah Participatory Action Research (PAR). Metode ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga pendampingan lanjutan. Melalui PAR, perangkat desa, pelaku UMKM, serta tim KKN bekerja sama untuk merumuskan permasalahan, merancang solusi, melaksanakan program, serta mengevaluasi hasil yang diperoleh. Menurut Albert dkk., PAR merupakan pendekatan yang efektif karena mengutamakan kolaborasi masyarakat dalam proses penelitian dan pengambilan keputusan, sehingga hasilnya lebih sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.[5]

## A. Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara mahasiswa KKN, dosen pembimbing lapangan, dan perangkat Desa Jombangdelik. Kegiatan ini mencakup observasi awal terhadap potensi UMKM desa, identifikasi kebutuhan digitalisasi, serta pengumpulan data mengenai UMKM yang akan dijadikan fokus utama. Pada tahap ini juga dilakukan pemilihan tiga UMKM unggulan, yaitu UD Berkah Jati (Dusun Karang Melati), UMKM Tempe (Dusun Delik), dan UMKM Jamu (Dusun Karang Melati).

## B. Perencanaan

Tahap perencanaan dilakukan bersama perangkat desa dan pemilik UMKM untuk menyusun konsep website yang akan dikembangkan. Diskusi meliputi struktur informasi, konten yang diperlukan, desain antarmuka, serta mekanisme integrasi dengan website desa. Perencanaan ini menghasilkan rancangan website yang berisi halaman profil UMKM, informasi produk, galeri, serta artikel promosi yang akan dipublikasikan di website desa sebagai bentuk integrasi awal. Kurniawan dkk. menegaskan bahwa strategi branding digital UMKM perlu dirancang dengan memperhatikan kebutuhan informasi dan media promosi yang sesuai dengan target pasar.[6]

## C. Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, tim KKN mengembangkan website UMKM Desa Jombangdelik menggunakan teknologi berbasis web. Proses ini mencakup pembuatan struktur database, perancangan antarmuka, pengisian konten produk, dan pembuatan halaman profil masing-masing UMKM. Setelah website selesai, dilakukan uji coba internal dan sosialisasi kepada perangkat desa serta pelaku UMKM mengenai cara penggunaan dan pengelolaan website. Website ini kemudian dipublikasikan dan dihubungkan melalui artikel atau berita pada website desa. Hal ini sejalan

[5] Kurniawan, I., Y. Maulana, M. Sulthony, A. Mubais, N. Hikmah, V. F. Putri, and Z. Kurniati. 2022. "Analisis dan Perancangan Sistem Digital Branding UMKM Berbasis Web dalam Membantu Promosi dan Pemasaran Produk." *Journal of Information System and Computer* 2 (2): 14–19.

[6] Nggewa, M. Y., and F. L. Witi. 2021. "Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Manulondo Berbasis Web." *SATESI: Jurnal Sains Teknologi dan Sistem Informasi* 1 (2): 75–78.

dengan penelitian Zachy dkk., yang membuktikan bahwa sistem penjualan berbasis website mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan produk sekaligus memperluas jangkauan konsumen.[7]

**D. Evaluasi.**

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas website sebagai media promosi digital. Evaluasi dilaksanakan dengan cara meminta umpan balik dari perangkat desa dan pelaku UMKM mengenai kemudahan penggunaan, kejelasan informasi, dan tampilan antarmuka. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa website mudah dipahami dan membantu UMKM dalam memperkenalkan produknya secara lebih luas. Namun, catatan penting adalah integrasi ke website desa masih sebatas artikel/berita, belum berupa fitur khusus yang menampilkan website UMKM secara langsung.

E. **Pendampingan Lanjutan**.

Tahap pendampingan lanjutan dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada perangkat desa dan pemilik UMKM terkait cara memperbarui konten website, menambah data produk, serta mengelola informasi yang dipublikasikan. Pendampingan ini bertujuan agar website dapat terus berfungsi secara berkelanjutan meskipun program KKN telah berakhir. Selain itu, perangkat desa diharapkan mampu mengembangkan integrasi yang lebih komprehensif dengan website desa di masa mendatang, sehingga promosi digital UMKM dapat berjalan lebih optimal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

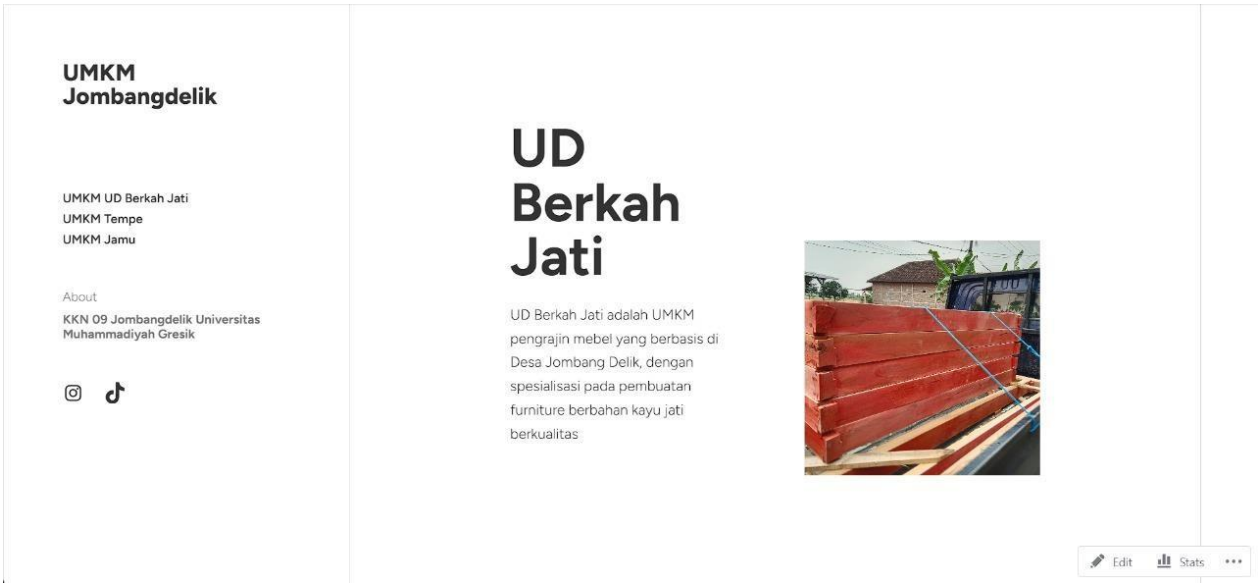
Kegiatan KKN Informatika di Desa Jombangdelik menghasilkan sebuah website yang berfungsi sebagai media promosi digital bagi tiga UMKM unggulan desa. Website ini dirancang agar dapat menampilkan informasi produk, profil usaha, serta galeri, sehingga masyarakat dapat lebih mudah mengenal produk unggulan desa. Halaman utama website (Gambar 1) menampilkan menu navigasi yang sederhana dan ramah pengguna. Tampilan ini menjadi pintu masuk utama bagi pengunjung yang ingin mengetahui informasi seputar UMKM desa. Desain yang sederhana namun informatif dipilih agar pengguna dari berbagai kalangan dapat dengan mudah memahami isi website.

[7] Novianto, R. 2022. "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UMKM R-DUA Lencana Kudus." *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang* 10 (2): 35–42.



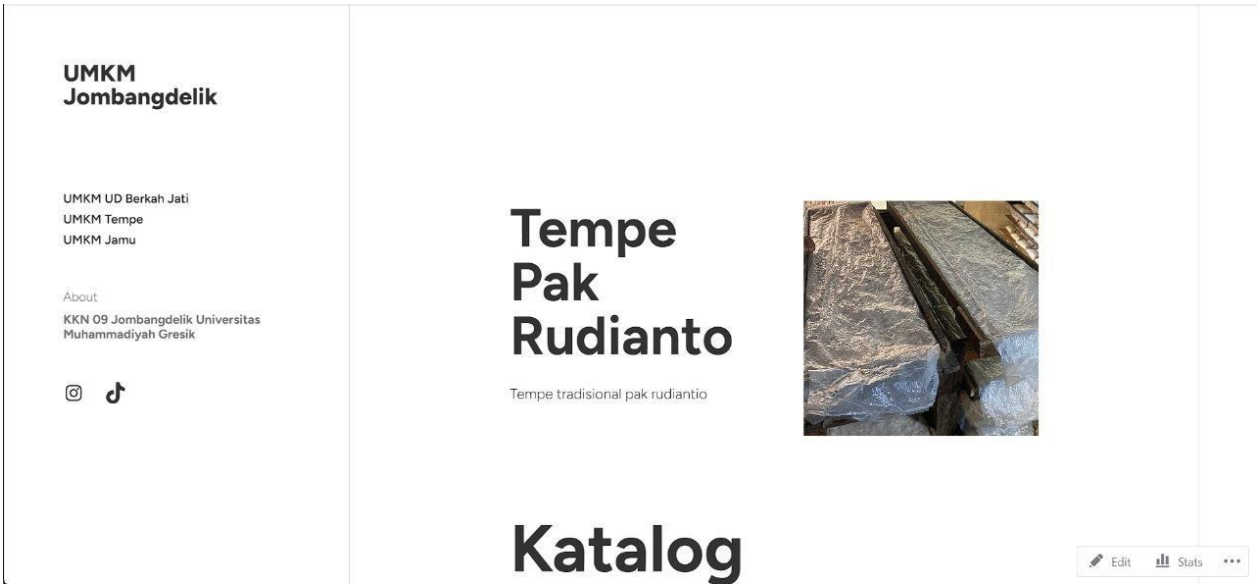

*Gambar 1. Halaman Utama Website*

Salah satu UMKM yang ditampilkan adalah UD Berkah Jati yang berlokasi di Dusun Karang Melati. Halaman profil UMKM ini (Gambar 2) menyajikan informasi mengenai produk mebel jati yang diproduksi oleh pengrajin lokal. Website ini menampilkan foto produk, deskripsi usaha, serta informasi kontak untuk memudahkan konsumen yang tertarik melakukan pemesanan. Dengan adanya halaman ini, produk-produk lokal yang sebelumnya hanya dikenal di lingkup desa dapat diperkenalkan kepada pasar yang lebih luas.




*Gambar 2. Halaman Profil UMKM UD Berkah Jati*

UMKM berikutnya adalah UMKM Tempe yang berasal dari Dusun Delik. Halaman profilnya (Gambar 3) berisi deskripsi singkat mengenai proses pembuatan tempe secara tradisional yang diwariskan secara turun-temurun. Selain itu, ditampilkan pula foto produk, harga jual, dan informasi distribusi yang dapat memudahkan konsumen dalam mengenal produk. Keberadaan halaman ini diharapkan mampu membantu UMKM Tempe dalam memperluas pangsa pasar sekaligus memperkuat citra produk lokal.




*Gambar 3. Halaman Profil UMKM Tempe*

Selanjutnya adalah UMKM Jamu dari Dusun Karang Melati. Halaman khusus UMKM ini (Gambar 4) menampilkan berbagai jenis jamu tradisional yang diproduksi oleh masyarakat setempat. Informasi mengenai manfaat jamu, proses produksi, serta kontak pembelian turut disajikan untuk memperkuat promosi digital. Website ini berperan sebagai media branding bagi produk jamu tradisional agar tetap dikenal di tengah maraknya produk kesehatan modern. Dengan tampilan visual yang mendukung, halaman ini dapat menarik perhatian konsumen yang tertarik pada produk berbasis kearifan lokal.




*Gambar 4. Halaman Profil UMKM Jamu*

Hasil pengembangan website ini sejalan dengan penelitian Novianto yang menegaskan bahwa sistem informasi penjualan berbasis web pada UMKM mampu memperluas jangkauan promosi sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.[8] Meskipun integrasi dengan website desa saat ini masih terbatas pada penyajian artikel atau berita yang berisi tautan menuju website UMKM, pendekatan ini tetap menjadi langkah awal penting untuk memperkenalkan produk unggulan desa secara digital. Dalam jangka panjang, diharapkan pengelolaan dan pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan oleh perangkat desa dan pelaku UMKM agar integrasi menjadi lebih optimal serta berkesinambungan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kegiatan KKN Informatika di Desa Jombangdelik telah menghasilkan sebuah website profil UMKM yang menampilkan informasi produk, profil usaha, serta galeri untuk tiga UMKM unggulan, yaitu UD Berkah Jati, UMKM Tempe, dan UMKM Jamu. Website ini berperan sebagai media promosi digital yang mampu memperluas jangkauan informasi produk unggulan desa. Publikasi melalui artikel di website desa menjadi langkah awal integrasi digital yang memberikan ruang lebih besar bagi UMKM untuk dikenal secara luas. Dengan adanya inovasi ini, branding digital UMKM dapat diperkuat, sehingga mendukung pengembangan ekonomi desa berbasis teknologi informasi.

[8] Zachy, A. A., I. Umami, and M. G. Azhari. 2022. "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Produk Sepatu UMKM Berbasis Website." *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 4 (2): 432–445.

**Saran**

Meskipun website telah berhasil dibuat dan dipublikasikan, integrasi dengan website desa masih terbatas pada penyajian artikel atau berita. Oleh karena itu, disarankan agar perangkat desa bersama pelaku UMKM dapat mengembangkan fitur khusus di website desa yang secara langsung menampilkan produk unggulan UMKM. Selain itu, perlu adanya pelatihan rutin bagi perangkat desa dan pemilik UMKM agar mampu mengelola serta memperbarui konten website secara mandiri. Dengan keberlanjutan pengelolaan tersebut, website UMKM Desa Jombangdelik diharapkan dapat menjadi media utama promosi produk lokal sekaligus motor penggerak pembangunan ekonomi desa di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

Albert, A., B. Balázs, E. Butkevičienė, K. Mayer, and J. Perelló. 2021. "Citizen Social Science: New and Established Approaches to Participation in Social Research." In *The Science of Citizen Science*, edited by K. Vohland et al., 119–138. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58278-4.

Astuti, R. 2024. "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UMKM Cheese Stick Alfan." *Innotech: Jurnal Ilmu Komputer, Sistem Informasi dan Teknologi Informasi* 1 (1): 54–63.

Fakhrurozi, J., D. Pasha, J. Jupriyadi, and I. Anggrenia. 2021. "Pemertahanan Sastra Lisan Lampung Berbasis Digital di Kabupaten Pesawaran." *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv* 2 (1): 27.

Gigih, G. A. H., M. R. Maulani, and D. Hamidin. 2023. "Sistem Informasi Desa Berbasis Web untuk Memajukan Produk UMKM dan Layanan Masyarakat di Desa Bapangsari Kabupaten Purworejo." *Jurnal Teknik Informatika* 15 (2): 71–77.

Kurniawan, I., Y. Maulana, M. Sulthony, A. Mubais, N. Hikmah, V. F. Putri, and Z. Kurniati. 2022. "Analisis dan Perancangan Sistem Digital Branding UMKM Berbasis Web dalam Membantu Promosi dan Pemasaran Produk." *Journal of Information System and Computer* 2 (2): 14–19.

Nggewa, M. Y., and F. L. Witi. 2021. "Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Manulondo Berbasis Web." *SATESI: Jurnal Sains Teknologi dan Sistem Informasi* 1 (2): 75–78.

Novianto, R. 2022. "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UMKM R-DUA Lencana Kudus." *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang* 10 (2): 35–42.

Sanjaya, Y. C., S. Dewi, F. T. Bagaskoro, A. M. Situmorang, R. D. Bryanto, and C. Christinauli. 2022. "Sistem Informasi Berbasis Web sebagai Media Pemasaran UMKM di Desa Ngrimbi." *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 (3): 62–67.

Zachy, A. A., I. Umami, and M. G. Azhari. 2022. “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Produk Sepatu UMKM Berbasis Website.” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 4 (2): 432–445.