
Pengembangan Website UMKM untuk Meningkatkan Visibilitas di Kelurahan Karanganyar Kota Pasuruan

Development of the UMKM Website to Increase Visibility in the Karanganyar Sub-District Pasuruan City

Ilmiyatur Rosidah¹, Galang Febriansyah², Maria Lordes Ukat³, Novi Hidayatul Fitriyah⁴, Tarisya Chairana Mahiira⁵, Varizky Toriq Habibur Rohman⁶

Universitas PGRI Wiranegara, Indonesia ^{1,2,3,4,5,6},

Korespondensi Penulis : novihidayatulfitriyah@gmail.com

Article History:

Received: Juni 12, 2024;

Revised: Juli 18, 2024;

Accepted: August 27, 2024;

Online Available: September 29, 2024;

Keywords:

Website Development,
UMKM,
Visibility

Abstract: *This community service article focuses on developing a website to increase the visibility of UMKM in Karanganyar Village, Pasuruan City. Using the Participatory Action Research (PAR) method, this activity involves observations and interviews with UMKM actors to understand their needs and challenges. The development process began by redesigning the appearance and features of the website to be more user-friendly and informative, which was then integrated with the profiles of UMKM, that had not yet been registered. As a result, several UMKM, such as Permata Bread, Fish Crackers, Pecel Rice, Lele Dimsum, Motor Parts, Dumpling Noodles, Tamarind Turmeric and Bonagung Herbal Medicine, Chicken Nuggets, Macrame Glaze, Petis Tambar, and Es Agogo, were successfully added to the website. This increased visibility allows UMKM to reach a wider market, both local and international. The social impact of this development includes an increase in the number of customers and greater business opportunities for UMKM. This article concludes that website development carried out in a participatory manner can be an effective tool in empowering local UMKM, as well as encouraging economic growth and community welfare in the digital era.*

Abstrak

Artikel pengabdian masyarakat ini berfokus pada pengembangan website untuk meningkatkan visibilitas UMKM di Kelurahan Karanganyar, Kota Pasuruan. Dengan menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR), kegiatan ini melibatkan observasi dan wawancara dengan para pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan dan tantangan mereka. Proses pengembangan dimulai dengan merancang ulang tampilan dan fitur website yang lebih user-friendly dan informatif, yang kemudian diintegrasikan dengan profil UMKM yang belum terdaftar. Hasilnya, beberapa UMKM, seperti Roti Permata, Kerupuk Ikan, Nasi Pecel, Dimsum Lele, Onderdil Motor, Mie Pangsit, Kunyit Asam dan Jamu Bonagung, Nugget Ayam, Kaca Makrame, Petis Tambar, dan Es Agogo, berhasil ditambahkan ke dalam website. Peningkatan visibilitas ini memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional. Dampak sosial dari pengembangan ini meliputi peningkatan jumlah pelanggan dan kesempatan bisnis yang lebih besar bagi pelaku UMKM. Artikel ini menyimpulkan bahwa pengembangan website yang dilakukan secara partisipatif dapat menjadi alat yang efektif dalam memberdayakan UMKM lokal, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di era digital.

Kata Kunci: Pengembangan Website, UMKM, Visibilitas

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Karanganyar di Kota Pasuruan adalah wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagai sektor yang memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, UMKM di Karanganyar memberikan bantuan yang signifikan dalam mewujudkan lapangan kerja serta membantu kesejahteraan masyarakat (Kustanti, 2022). Namun, meskipun potensi ini besar, UMKM di Karanganyar

masih menghadapi tantangan yang serius, khususnya dalam hal visibilitas dan akses pasar. Banyak UMKM di wilayah ini yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, yang sebenarnya dapat membantu mereka memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat lokal maupun lebih luas.

Pada tahun sebelumnya, sebuah website telah dikembangkan sebagai inisiatif untuk mendukung UMKM di Karanganyar. Website ini bertujuan untuk menjadi platform yang menghubungkan pelaku UMKM dengan pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas mereka, dan membantu memperkenalkan produk serta layanan yang mereka tawarkan (Nuraisyah, 2023). Namun, dalam implementasinya, masih banyak UMKM yang belum terdaftar dan terlibat dalam website ini. Akibatnya, mereka tidak memperoleh manfaat penuh dari keberadaan website tersebut, sehingga potensi mereka belum sepenuhnya tergal.

Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya visibilitas UMKM di Karanganyar akibat keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital. Hal ini menyebabkan beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, yang pada akhirnya membatasi pertumbuhan dan perkembangan mereka (Adellia Hanum Novanty, 2024). Dalam upaya mengatasi tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan fokus pada pengembangan lebih lanjut dari website UMKM yang sudah ada. Pembaruan ini tidak hanya sekedar memperbaiki tampilan atau fitur, tetapi juga menambahkan UMKM baru yang belum terdaftar sebelumnya. Proses ini dimulai dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan masyarakat yang memiliki UMKM tetapi belum terhubung dengan website yang ada (Esi Putri Silmina, 2024).

Pemilihan Kelurahan Karanganyar sebagai subyek pengabdian didasarkan pada pentingnya meningkatkan visibilitas UMKM di wilayah ini. Sebagai tulang punggung ekonomi lokal, UMKM harus mempunyai akses yang lebih baik ke pasar melalui platform digital. Dengan meningkatkan visibilitas mereka, diharapkan dapat terjadi perubahan sosial yang signifikan. UMKM yang lebih terlihat di pasar digital diharapkan dapat meningkatkan penjualan, memperluas jaringan bisnis, serta membantu daya saing mereka di pasar yang lebih luas (Fitria, 2024). Dengan adanya pembaruan dan perluasan website UMKM ini, diharapkan seluruh UMKM di Karanganyar dapat terlibat dan merasakan manfaat dari transformasi digital, yang kemudian akan membawa dampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal (Ria, 2023).

2. METODE

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini memakai metode *Participatory Action Research* (PAR) yang bertujuan untuk secara cepat melibatkan masyarakat dalam proses pengembangan (Raissa Amanda Putri, 2021). Subyek pengabdian dalam penelitian ini ialah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kelurahan Karanganyar, Kota Pasuruan. Kelurahan ini dipilih sebagai lokasi pengabdian karena merupakan pusat kegiatan UMKM yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas mereka.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua teknik utama: observasi serta wawancara (Muna Fauziah, 2022). Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung para pelaku UMKM di Kelurahan Karanganyar. Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kondisi aktual serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal visibilitas serta penggunaan teknologi. Selama kunjungan ini, juga mengamati bagaimana UMKM menjalankan operasional mereka dan menggunakan platform digital yang ada.

Selain observasi, wawancara dilakukan untuk menggali informasi lebih lanjut melalui sesi tanya jawab dengan masyarakat yang memiliki UMKM di Kelurahan Karanganyar. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan perspektif langsung dari pelaku UMKM mengenai kebutuhan mereka, harapan mereka terhadap website yang ada, serta kendala yang mereka hadapi. Informasi yang diperoleh dari wawancara ini sangat berharga untuk memahami lebih dalam tentang isu yang dihadapi serta untuk merancang solusi yang tepat (Supriadi, 2024).

Dalam rangka mencapai tujuan pengabdian masyarakat ini, kami merancang dan mengembangkan sebuah prototype website untuk Kelurahan Karanganyar. Proses pengembangan ini dimulai dengan perancangan taskbar dan menu utama pada website, yang merupakan elemen penting untuk mempermudah navigasi dan akses informasi (Muhammad Yusron Roza, 2021). Setiap tahap dalam pengembangan prototype dilakukan dengan mempertimbangkan umpan balik yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Kami terus berkomunikasi dengan para pelaku UMKM untuk memastikan bahwa website yang dikembangkan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Santi, 2016).

Dengan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses ini, kami berharap dapat menciptakan sebuah platform yang efektif untuk meningkatkan visibilitas UMKM di Kelurahan Karanganyar. Melalui pengembangan website yang berfokus pada user experience dan kebutuhan spesifik dari UMKM, kami berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam

membantu daya saing serta akses pasar bagi pelaku UMKM di wilayah ini.

3. HASIL

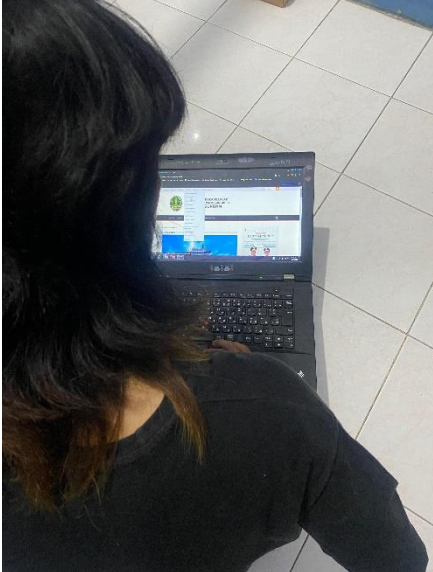
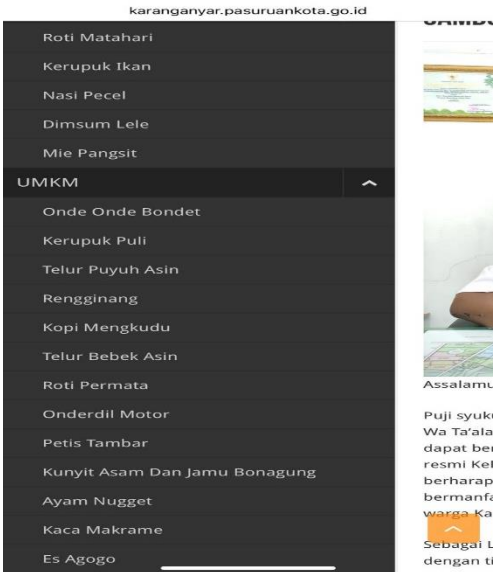
Kegiatan pengabdian masyarakat yang kami laksanakan di Kelurahan Karanganyar telah menunjukkan hasil yang sangat positif dan memuaskan. Artikel ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas UMKM di wilayah karanganyar melalui pengembangan dan pembaruan website resmi Kelurahan Karanganyar. Dengan menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR), kami berhasil mengidentifikasi dan mengatasi kebutuhan UMKM lokal, serta memperluas cakupan dan fungsionalitas website agar lebih efektif dalam mempromosikan produk dan layanan mereka (Putri Tsabita, 2024).



Gambar 1. Wawancara dengan Masyarakat UMKM Kaca Makrame

Pada tahap awal, kami melakukan observasi dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM di Kelurahan Karanganyar. Proses ini sangat penting buat mengetahui tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM serta untuk mengidentifikasi kebutuhan mereka dalam hal visibilitas dan akses pasar. Selama observasi, kami mengunjungi berbagai UMKM di lokasi mereka, mengamati bagaimana mereka menjalankan usaha, dan mengevaluasi bagaimana mereka memanfaatkan platform digital yang ada. Wawancara yang kami lakukan kemudian memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman mereka, kendala yang dihadapi, dan harapan mereka terhadap website.

Dari hasil observasi dan wawancara, banyak UMKM di Karanganyar belum terdaftar di website yang ada, sehingga visibilitas mereka terbatas. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk menjangkau pelanggan potensial, baik di tingkat lokal maupun lebih luas. Berdasarkan temuan ini, kami memutuskan untuk memperbarui dan mengembangkan website dengan fokus utama pada penambahan UMKM yang belum terdaftar serta meningkatkan fungsionalitas dan desain website untuk mempermudah akses informasi bagi pengunjung.

	
Gambar 2. Menambah UMKM di Website Kelurahan Karanganyar	Gambar 3. Pengembangan Taskbar

Pengembangan website dimulai dengan perancangan ulang tampilan dan fitur-fitur utama. Kami memperbarui taskbar dan menu utama untuk memastikan navigasi yang lebih mudah dan intuitif. Setiap elemen desain dipilih dengan cermat untuk menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan efisien (Siti Nurrohmah, 2023). Kami juga menambahkan fitur pencarian dan kategori produk yang memudahkan pengunjung dalam menemukan informasi yang relevan tentang UMKM. Setelah perancangan ulang, kami mulai memasukkan data UMKM yang sebelumnya tidak terdaftar ke dalam website. Proses ini melibatkan pengumpulan informasi detail tentang masing-masing UMKM, termasuk deskripsi produk, foto, dan informasi kontak. Beberapa UMKM yang berhasil ditambahkan dan dikembangkan melalui website adalah: roti permata, kerupuk ikan, nasi pecel, dimsum lele, onderdil motor, mie pangsit, kunyit asam dan jamu bonagung, nugget ayam, kaca makrame, petis tambar, es agogo. Dengan adanya penambahan dan pengembangan ini, website kini menawarkan informasi yang lebih komprehensif dan menarik tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM di Karanganyar. Hal ini tidak hanya mempermudah pelanggan untuk menemukan dan menghubungi UMKM, tetapi juga memberikan platform yang lebih luas bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih besar (Choirun Nisa' Febriyanti, 2023).

Hasil dari pengembangan website ini sangat positif. Website yang diperbarui sekarang berfungsi sebagai etalase digital yang efektif, menampilkan keunikan dan kualitas produk UMKM di Kelurahan Karanganyar. Dengan tampilan yang lebih profesional dan informasi yang lebih lengkap, website ini mampu menarik perhatian tidak hanya dari pengunjung lokal

tetapi juga dari audiens global. Ini mengungkap peluang baru bagi UMKM buat menjangkau pelanggan di luar daerah mereka, memperluas jangkauan pasar, serta membantu daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, artikel ini berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan visibilitas UMKM di Kelurahan Karanganyar. Pengembangan website ini menunjukkan betapa pentingnya teknologi dalam mendukung pengembangan UMKM dan bagaimana platform digital dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan secara efektif (Maria, 2024). Dengan website yang kini lebih lengkap dan informatif, kami berharap UMKM di Karanganyar akan mendapatkan manfaat yang signifikan dalam hal peningkatan penjualan, perluasan jaringan bisnis, dan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Keberhasilan dalam artikel ini juga mencerminkan pentingnya pendekatan yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pengembangan. Dengan mendengarkan kebutuhan dan harapan dari pelaku UMKM, kami dapat menciptakan solusi yang benar-benar relevan dan bermanfaat. Kami berharap bahwa pembaruan ini dapat memberikan pengaruh jangka panjang yang positif bagi UMKM di Karanganyar dan mendorong mereka untuk terus berkembang dan berinovasi di era digital ini.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengembangan website UMKM di Kelurahan Karanganyar menunjukkan bahwa upaya ini berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan visibilitas UMKM lokal. Melalui serangkaian observasi, wawancara, dan pengembangan website yang dilaksanakan dengan metode *Participatory Action Research* (PAR), kami mampu menciptakan platform digital yang lebih fungsional dan informatif. Website yang telah diperbarui ini tidak hanya menambah daftar UMKM yang terdaftar, tetapi juga memperluas jangkauan pasar mereka hingga ke tingkat nasional dan internasional.

Pengembangan ini memberikan dampak positif bagi UMKM di Kelurahan Karanganyar, yang sebelumnya kurang dikenal, dengan menyediakan akses lebih luas ke pasar dan pelanggan baru. UMKM seperti Roti Permata, Kerupuk Ikan, Nasi Pecel, Dimsum Lele, dan lainnya kini lebih mudah ditemukan dan dihubungi oleh konsumen, baik lokal maupun dari luar daerah. Selain itu, pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM dalam setiap tahap pengembangan memastikan bahwa website ini benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga lebih relevan dan bermanfaat.

Dampak sosial yang dihasilkan juga signifikan, dengan peningkatan jumlah pelanggan dan peluang bisnis bagi UMKM. Namun, tantangan seperti perlunya dukungan tambahan dalam literasi digital dan pemahaman tentang teknologi masih perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan dan perkembangan lebih lanjut. Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital, bila didukung oleh pendekatan yang partisipatif dan relevan, dapat menjadi katalisator penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di era digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan penuh rasa syukur, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berperan dalam penyusunan artikel pengabdian masyarakat ini. Pertama-tama, kami sampaikan terima kasih yang mendalam kepada Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan yang sangat berarti selama proses pelaksanaan pengabdian ini. Tanpa bimbingan yang penuh perhatian dan panduan yang jelas dari Ibu, kami tidak akan bisa memperoleh hasil yang diharapkan.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Lurah dan Ibu Lurah Kelurahan Karanganyar yang telah memberikan izin, dukungan, serta fasilitas yang kami butuhkan. Keterbukaan dan kerja sama dari Bapak dan Ibu telah sangat membantu kami dalam memahami kebutuhan masyarakat serta dalam mengembangkan website UMKM yang lebih baik.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh Staf Kantor Kelurahan yang dengan ramah dan profesional mendukung kami dalam setiap tahap pelaksanaan kegiatan ini. Bantuan teknis dan administrasi yang diberikan sangat memudahkan kami dalam menyelesaikan tugas dengan baik.

Kepada seluruh masyarakat Kelurahan Karanganyar, terutama para pelaku UMKM, kami juga menyampaikan terima kasih yang tulus. Partisipasi aktif, wawasan, dan pengalaman yang sudah diberikan selama proses observasi dan wawancara telah menjadi fondasi penting dalam pengembangan website ini.

Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada kelompok pembuat artikel yang telah bekerja keras, berbagi ide, dan berkolaborasi secara efektif untuk menyusun artikel ini. Setiap kontribusi yang diberikan oleh anggota kelompok telah memperkaya hasil akhir artikel ini.

Terima kasih juga kami sampaikan kepada teman-teman KKN Karanganyar yang selalu mendukung, bekerja sama, dan saling membantu dalam setiap langkah yang diambil selama program KKN berlangsung. Kebersamaan dan semangat gotong royong yang terjalin di antara

kita telah membuat proses ini menjadi lebih lancar dan bermakna.

Akhir kata, kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu namun telah memberikan bantuan dan dukungan dalam berbagai bentuk. Kami berharap hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi UMKM di Kelurahan Karanganyar. Semoga kolaborasi yang baik ini bisa terus terjalin di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Adellia Hanum Novanty, S. A. (2024). Strategi pemasaran berkelanjutan dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha mikro kecil dan menengah di sekitar Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Implementasi*, 28-37.
- Choirun Nisa' Febriyanti, D. P. (2023). Pembuatan website katalog produk kuliner sebagai media promosi dan pemasaran UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 582-588.
- Esi Putri Silmina, A. B. (2024). Promosi desa berbasis web menggunakan metode prototype. *Digital Transformation Technology*, 628-635.
- Fitria, T. N. (2024). Sosialisasi pemasaran digital pada UMKM “Mukena Batik Ayu Production” Sukoharjo dalam meningkatkan penjualan. *Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia*, 101-109.
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 246-251.
- Maria, V. (2024). Meningkatkan daya saing UMKM lokal melalui strategi pemasaran digital di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 208-220.
- Muhammad Yusron Roza, d. (2021). *Merancang database menggunakan Microsoft Access*. Guepedia.
- Muna Fauziah, T. Z. (2022). Pendampingan usaha menengah kecil masyarakat melalui digital marketing untuk menunjang pemasaran. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 41-51.
- Nuraisyah, D. H. (2023). Pelatihan strategi digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Sarjo (membentuk dan mendukung pengembangan wirausahawan muda dan pemula). *Jurnal Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat*, 63-78.
- Putri Tsabita, F. N. (2024). Pelatihan dan sosialisasi pengembangan inovasi produk keripik singkong sebagai upaya peningkatan UMKM di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan. *Community Development Journal*, 7838-7845.
- Raissa Amanda Putri, S. B. (2021). Pelatihan desain flyer dan kartu nama dengan metode participatory action research (PAR). *IPTEK bagi Masyarakat*, 5-7.
- Ria, K. D. (2023). Pendampingan kewirausahaan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Jakamulya

Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 470-477.

Santi, R. C. (2016). Perancangan interaksi pengguna (user interaction design). *Jurnal Teknik Informatika*, 108-113.

Siti Nurrohmah, R. A. (2023). Mendesain ulang tampilan UI website Desa Sukamukti menggunakan metode design thinking. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 29-43.

Supriadi, A. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui program pelatihan keterampilan digital marketing berbasis komunitas pelaku UMKM di Kota Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 52-59.