

Optimalisasi Digital Marketing Melalui Media Website Berbasis Wordpress Sebagai Strategi Promosi UMKM Desa Gedangan Kabupaten Jombang

Tarissa Seshita Hadi & Acep Samsudin

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

tarisasesita0032@gmail.com

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Gedangan dengan membuat website sentragedangan.wordpress.com sebagai media promosi dan informasi produk lokal. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, survei, dan wawancara dengan pelaku UMKM setempat. Website ini dirancang untuk membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan teknologi digital marketing. Kontribusi utama kegiatan ini adalah meningkatkan visibilitas produk UMKM di dunia digital, memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen, serta meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Namun, keterbatasan yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, sehingga perlu dilakukan pelatihan lebih lanjut terkait pengelolaan website dan digital marketing. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya adalah menyediakan pelatihan intensif serta memperluas fitur-fitur website, seperti integrasi e-commerce, agar UMKM dapat bersaing di pasar nasional maupun internasional. Program ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mengerakkan ekonomi lokal melalui digitalisasi usaha kecil.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Website, Promosi, Desa Gedangan.

ABSTRACT

This community service program aims to support the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Gedangan Village by creating the informing local products. Data collection was carried out through literature studies, surveys, and interviews with local MSME owners. The website is designed to help MSMEs expand their market reach by leveraging digital marketing technology. The main contribution of this project is the increased visibility of MSME products in the digital world, providing broader consumer access, and significantly enhancing the competitiveness of these small businesses. However, a limitation encountered is the low digital literacy among MSME owners, necessitating further training on website management and digital marketing. Future recommendations include providing intensive training and expanding website features, such as e-commerce integration, to enable MSMEs to compete on national and international markets. This program is expected to contribute to driving the local economy through the digitalization of small businesses.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Website, Promotion, Gedangan Village.



Hal: 1007-1013

PENDAHULUAN

Di era industri 4.0, teknologi telah menjadi elemen kunci dalam transformasi berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi. Perkembangan teknologi yang pesat mempermudah akses informasi dan komunikasi bagi masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan kemajuan ini, batasan dalam mendapatkan pengetahuan dan informasi dari berbagai sumber semakin tipis. Semua orang, tanpa memandang latar belakang, kini memiliki akses yang luas untuk memanfaatkan teknologi dan internet dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik untuk urusan pribadi maupun profesional.

Internet, sebagai salah satu wujud nyata dari perkembangan teknologi, memainkan peran penting dalam mempercepat penyebaran informasi dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Mesin pencari, media sosial, dan platform digital lainnya kini menyediakan akses instan ke berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh pengguna di seluruh dunia. Ketersediaan informasi yang melimpah ini membuka peluang besar, tidak hanya bagi individu yang mencari jawaban atas berbagai persoalan, tetapi juga bagi penyedia informasi untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

Hal ini menciptakan simbiosis yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dalam konteks ekonomi, teknologi digital telah mengubah cara transaksi dan promosi dilakukan. Internet memungkinkan bisnis untuk menjalankan operasionalnya dengan lebih cepat, efisien, dan terjangkau. Jika dahulu transaksi dan promosi produk atau jasa membutuhkan banyak waktu dan biaya, kini hal tersebut dapat dilakukan secara virtual hanya dengan beberapa klik.

Tidak hanya itu, internet juga menyediakan berbagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasa, baik melalui platform e-commerce maupun situs web

promosi. Platform seperti WordPress, misalnya, memungkinkan pelaku usaha untuk membuat situs web yang berfungsi sebagai etalase digital. Dengan fitur-fitur yang fleksibel, mudah digunakan, serta dapat diintegrasikan dengan media sosial, WordPress menjadi pilihan yang ideal bagi usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di dunia digital.

Pemanfaatan teknologi ini sangat penting, khususnya bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Di tengah persaingan global yang semakin ketat, UMKM membutuhkan cara yang efektif dan efisien untuk memperkenalkan produk serta menjangkau lebih banyak pelanggan. Website menjadi salah satu alat promosi yang sangat strategis dalam hal ini. Tidak hanya memperkuat kredibilitas bisnis, tetapi juga memungkinkan UMKM berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui fitur kontak, dukungan online, dan transaksi yang terintegrasi dengan platform e-commerce. Selain itu, dengan adanya optimasi mesin pencari (SEO), website UMKM juga bisa lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan, sehingga peluang mendapatkan konsumen baru semakin besar.

Desa Gedangan, yang terletak di Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang, menawarkan keindahan alam dan keasrian yang telah terjaga sejak lama. Desa selain dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena sejarah dan warisan leluhur yang kuat sejak abad ke-19. Desa Gedangan sendiri memiliki beberapa UMKM unggulannya seperti genteng, batu bata merah, aluminium, dan pertanian. Fokus UMKM dalam desa ini adalah sebagai distribusi bahan-bahan untuk keperluan bangunan rumah dan lain-lain. Untuk mengoptimalkan UMKM ini dibutuhkan sebuah website dengan tema informasi UMKM desa sangat diperlukan. Hal tersebut dikarenakan

untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi UMKM yang ada di desa gedangan dan adanya website memudahkan untuk dipantau oleh perangkat desa di desa Gedangan. Dengan adanya website ini, UMKM Desa Gedangan bisa menetapkan harganya dengan lebih efisien, bisa membantu mengurangi angka kemiskinan di desanya, serta bisa mendorong kewirausahaan (Widiawati et al., 2021).

Adanya kegiatan KKN ini ditunjukkan untuk membantu dalam pembuatan website UMKM Desa Gedangan agar bisa memudahkan pelaku UMKM mempromosikan produknya. Website ini bisa digunakan untuk media promosi UMKM supaya lebih efektif dan efisien karena bisa menjangkau calon konsumen dari berbagai daerah dan waktu yang bisa dikatakan fleksibel (Giap et al., 2020). Desa Gedangan sendiri sudah memiliki UMKM jasa dan adanya website ini adalah untuk mencari potensi UMKM dan bisa mengembangkannya lebih banyak UMKM selain jasa yang sudah ada di Desa Gedangan. Mengembangkan potensi UMKM sekitar juga bisa meningkatkan perekonomian Desa Gedangan untuk lebih baik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang ini dilakukan dengan tahapan yang dapat dideskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	a. Survei Lapangan b. Identifikasi Permasalahan c. Survey di lapangan
2.	Tahap Persiapan	a. Pendataan UMKM b. Wawancara Kepada Pelaku UMKM c. Content Planning d. Drafting content
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	a. Pembuatan konten b. Penyusunan visual dan media c. Perencanaan Wireframe d. Perancangan Wordpress e. Instalasi Hosting f. Instalasi tema g. Pengisian konten
4.	Implementasi pelatihan	Optimasi dan pengujian website
5.	Laporan	Penyusunan laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari program pengabdian masyarakat terkait pembuatan website UMKM Desa Gedangan menyoroti keberhasilan dalam memperkenalkan dan menerapkan digital marketing sebagai alat promosi yang efektif bagi pelaku usaha lokal. Sebelum adanya inisiatif ini, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Gedangan hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada wilayah sekitar. Ketergantungan pada cara konvensional membuat jangkauan pasar mereka terbatas, sehingga produk-produk yang dihasilkan hanya dikenal di dalam desa atau kabupaten terdekat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa dan Kasi Pelayanan Desa Gedangan, ditemukan bahwa meskipun banyak produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM di desa tersebut seperti batu bata, genteng, aluminium, dan hasil pertanian pelaku usaha belum sepenuhnya memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar. Sebagian besar penjualan dilakukan secara langsung melalui makelar, tanpa ada upaya untuk mempromosikan produk secara digital. Akibatnya, potensi besar yang dimiliki UMKM di Desa Gedangan belum dapat dioptimalkan sepenuhnya.

Dengan diperkenalkannya website sentragedangan.wordpress.com, program ini membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan strategi digital marketing secara lebih luas. Website ini dirancang untuk menjadi platform utama dalam menghubungkan produk-produk UMKM dengan pasar yang lebih besar, baik di dalam maupun luar wilayah desa. Website ini memuat informasi lengkap tentang produk, pelaku usaha, dan harga, serta dilengkapi dengan gambar-gambar produk untuk mendukung promosi yang lebih efektif. Dengan pendekatan digital marketing melalui website ini, pelaku UMKM dapat memperluas visibilitas mereka, menarik lebih banyak konsumen, serta meningkatkan penjualan dengan cara yang lebih efisien disbandingkan metode tradisional.

Selain sebagai sarana promosi, website ini juga menjadi bagian penting dari strategi digital marketing yang terintegrasi dengan elemen-elemen lain, seperti optimasi mesin pencari (SEO) dan integrasi dengan media sosial. Fitur SEO yang diterapkan pada website sentragedangan.wordpress.com membantu produk UMKM Desa Gedangan agar lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen

melalui mesin pencari. Dengan demikian, website ini tidak hanya meningkatkan eksposur produk, tetapi juga mempermudah konsumen dalam menemukan informasi yang mereka butuhkan.

Selain itu, digital marketing melalui website ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan efisien. Penggunaan teknologi digital membantu mengurangi biaya promosi yang biasanya tinggi dalam metode konvensional, serta memberikan fleksibilitas waktu dan lokasi. Pengunjung website dapat mengakses informasi kapan saja dan dari mana saja, tanpa dibatasi oleh jam operasional seperti pada toko fisik.

Program pembuatan website ini juga melibatkan pelatihan kepada perangkat desa mengenai cara mengelola dan memperbarui website, sehingga mereka dapat melanjutkan strategi digital marketing secara mandiri. Pelatihan ini penting untuk memastikan bahwa penggunaan teknologi digital dapat terus dikembangkan dan dikelola dengan baik, bahkan setelah program selesai. Dengan keterampilan yang diberikan, perangkat desa diharapkan mampu mengoptimalkan potensi digital marketing dan memaksimalkan promosi produk secara digital.

Secara keseluruhan, implementasi digital marketing melalui pembuatan website sentragedangan.wordpress.com telah berhasil membantu UMKM Desa Gedangan untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Dengan menggunakan strategi ini, pelaku UMKM tidak hanya mampu bersaing di tingkat lokal, tetapi juga memiliki peluang untuk memasuki pasar nasional dan internasional. Digital marketing yang efektif telah menunjukkan dampak positif dalam mendorong pertumbuhan UMKM di era digital ini,

serta membantu memperkuat perekonomian Desa Gedangan melalui penggunaan teknologi yang lebih modern dan efisien

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini melibatkan pengumpulan data melalui studi pustaka, survei lapangan, dan wawancara dengan pelaku UMKM di Desa Gedangan, yang kemudian diolah untuk mendukung pembuatan website sentragedangan.wordpress.com sebagai media promosi dan informasi. Kontribusi utama yang dihasilkan adalah peningkatan visibilitas produk UMKM desa, membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar mereka melalui strategi digital marketing yang lebih efektif dan efisien. Namun, keterbatasan kegiatan ini terletak pada masih rendahnya tingkat pemahaman teknologi di kalangan masyarakat, serta terbatasnya akses perangkat digital untuk pengelolaan website secara mandiri. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk fokus pada pelatihan lebih intensif terkait pengelolaan website dan pemanfaatan digital marketing, serta penyediaan akses perangkat digital yang lebih memadai. Cakupan untuk pekerjaan di masa depan termasuk pengembangan fitur tambahan pada website seperti integrasi e-commerce dan penggunaan media sosial, serta perluasan jaringan promosi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di tingkat nasional dan internasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang, serta para pelaku UMKM di Desa Gedangan yang telah menjadi mitra dalam kegiatan ini, memberikan waktu, data, dan informasi yang sangat berharga sehingga program ini dapat terlaksana

dengan baik. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat bermanfaat bagi kemajuan perekonomian Desa Gedangan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. Q., & Pribadi, J. D. (t.thn.). Pembuatan Website menggunakan CMS Wordpress Sebagai Media Promosi Pada Rumah Crochet Batu. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Al Baihaqqi, M. A., Anggraeni, C. A., Shufiyah, H., Putri, R. A., & Febrianita, R. (2024, July). Pembuatan Website UMKM Desa Gedangan Sebagai Media Informasi Dan Promosi Produk Desa. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(1), 185-193.
- Bukit, F. R., Geby, G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019, September). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran Dan Promosi Produk kuliner. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317>
- Cahyo, O. A., Setiawan, D., & Lenawati, M. (2022, November 30). Implementasi Digital Marketing Berbasis Wordpress pada Ichi Hydroponic Store Madiun. *Pilar Teknologi : Jurnal Ilmiah Ilmu : Ilmu Teknologi*, 7(2), 18-25. <https://doi.org/10.33319/piltek.v7i2.121>
- Darmawan, F. (t.thn.). Implementasi Website dan E-commerce Sebagai Promosi Online UMKM Desa Telukbango. *Abdima Jurnal Pengabdian mahasiswa*, 2(1).
- Dimas, N., Dewi, I., Latiefa, Z., Rosanto, A., & Amin, S. (2021). Perancangan Website sebagai Media Digital Marketing untuk Mendorong Pemasaran UMKM. *Jurnal Bina Desa*, 3(3), 176-180. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbidesa>

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 4 Agustus 2025

- Farajmuhadzib, I. M., & Hidayaty, D. E. (t.thn.). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi UMKM Dodol Ngora Desa Gemppol Kecamatan Banyusari. Abdima Jurnal Pengabdian Mahaasiswa.
- Fatttah, F., & Azis, H. (2020, June 30). Pemanfaatan Website Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Desa Tonasa Kecamatan Sanrobone Kabupaten Takalar . Ilmu Komputer Untuk Masyarakat, 1(1), 15-20.
- Fitriyah, N., Fahrizky, R., Rivaldi, A., & Endow S, B. A. (2022, June). Diseminasi Informasi Potensi Desa Wisata Melalui Website . Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI) , 2(3), 261-269. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.idpaper>
- Hidayat, A. M., Yusiana, R., Aziz, F., Novandriani, N., Mulyono, K., Pangarso, A., Hapsari, G. I. (2023, March). Peningkatan Kapabilitas UMKM Yayasan Rikalikas Melalui Website HiUMKM. Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal, 3(1), 208-215. doi:10.33379/icom.v3i1.2226
- Novitassari, D. S., Marseto, & Nisa, F. L. (2023, September). Pendampingan UMKM Menuju Industri Kreatif Melalui Implementasi Digital Marketing Kepada Pelaku UMKM Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. SELAPARANG .Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 7(3).
- Nur, S., Nugroho, I. S., Fatman, Y., Salim, F. F., & Fadlurohman, H. A. (2023). Pembuatan Website Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Masyarakat Desa Cijambu-Sumedang. Communny Development Journal , 4(4), 8947-8951.
- Prasetyo, D. Y., Yunita, F., Bindas, A., Abdullah, A., & Samsudin, S. (2022, June). Pelatihan Dan Pembuatan Website E-Commerce Pada UMKM Mudokufood Tembilahan. Communny Development Journal , 3(2), 626-637.
- Purnomo, R. F., Dirayati, F., Oktaria, E. T., & Yuniarthe, Y. (2024, January). Sosialisasi Peranan Website Sebagai Media Publikasi Kegiatan UMKM Pada Balai Desa. Jurnal Pengabdian UMKM, 3(1). Diambil kembali dari <https://jpu.ulb.ac.id/index.php/jpu>
- Putri, S. E., & Prabowo, B. (2023). Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Pada Strategi Digital Marketing UMKM. Jurnal Pengabdian kepada masyarakat, 3(3). doi:10.55606/nusantara.v3i3.1452
- Qorib, H. K., Joniarta, I. W., Hainingsih, W. M., Puspitasari, F. I., Jundi, A., Setyawan, D., . . . Ladira, F. (2023, October). Peranan Digital marketing Bagi Usaha Mikro Dalam Mengembangkan Desa Ungga Sebagai Desa Wisata kampung Perak. Jurnal Bakti Nusa , 4(2), 64-72. doi:0.0000/jgn.v4i2.9
- Rahmat, D., Nuryusuf, P., & Noviana, T. N. (2022, August 01). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Di Desa Parungsueah Kabupaten Sukabumi. Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat , 03(01), 12-23. Diambil kembali dari ejournal.uksw.edu/jms
- Septarina, L., Hakim, L., Febriani, O. M., & Azim, F. (2023, May). Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri. NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(2). <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr>
- Suharso, A., Rozikin, C., Kusnadi, K., & Nurcahyani, D. R. (2021). Pelatihan dan Pembuatan Website pada Pemerintahan dan UMKM Desa Kedawung, Karawang . JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT, 6(1), 298-304. <https://doi.org/10.30653/002.202161.749>

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 4 Agustus 2025

Widodo, A., Setyorini, R., Sisilia, K.,
Hendriyanto, R., Widaningsih, S., Dillak,
R. G., Ramadhan, M. Y. (2023, January).
Pembangunan Website dan Sarana
Podcast UMKM Kampung Digital Sentra
Kreasi Desa Pameungpeuk . SOROT
(Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat),
2(1), 37-41. doi:10.32699