

## **PENINGKATAN KAPASITAS PENGELOLAAN WEBSITE UNTUK PROMOSI PRODUK UMKM DAN PARIWISATA DI KECAMATAN PATUK, GUNUNGKIDUL**

**Wardaya<sup>1</sup>, Koesharijadi<sup>2</sup>, Dinar Pratiwi Febriyanti<sup>3</sup>**

Universitas Cendekia Mitra Indonesia

[wardaya@stiemitra.ac.id](mailto:wardaya@stiemitra.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The rapid development of information technology has brought significant changes in various aspects of life, including in business and tourism promotion strategies. The internet and websites are now effective means of introducing and marketing products and tourist destinations widely. Patuk District, Gunungkidul, has great potential in the MSME and tourism sectors, but the use of digital technology, especially websites, is still not optimal. This community service program aims to increase the capacity of website management for MSME actors and tourist destination managers in Patuk District. This activity includes socialization, training, field practice, and assistance in managing and filling website content. Through this program, it is hoped that participants can manage websites independently and effectively so that promoting superior products and tourist destinations continues to develop and regional competitiveness increases. Based on the evaluation results, website users, consisting of MSME and tourist attraction management admins in 11 villages in Patuk District, have been able to operate all available menus. The results of the feasibility test showed that the website promotion achieved a level of acceptance of 87.36%, indicating that this platform has met the needs of managers and related stakeholders. This program is expected to be the first step in increasing digital competitiveness for business actors and the tourism sector in Patuk District.*

*Keywords: Information Technology, Internet, Promotion Website, UMKM, Digital Tourism*

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam strategi promosi usaha dan pariwisata. Internet dan website kini menjadi sarana yang efektif dalam memperkenalkan dan memasarkan produk serta destinasi wisata secara luas. Kecamatan Patuk, Gunungkidul, memiliki potensi besar di sektor UMKM dan pariwisata, namun pemanfaatan teknologi digital, terutama website, masih belum optimal. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan website bagi pelaku UMKM dan pengelola destinasi wisata di Kecamatan Patuk. Kegiatan ini meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik lapangan, serta pendampingan dalam pengelolaan dan pengisian konten website. Melalui program ini, diharapkan para peserta dapat mengelola website secara mandiri dan efektif sehingga promosi produk unggulan serta destinasi wisata semakin berkembang dan daya saing daerah meningkat. Berdasarkan hasil evaluasi, pengguna website, yang terdiri dari admin pengelola UMKM dan objek wisata di 11 desa Kecamatan Patuk, telah mampu mengoperasikan semua menu yang tersedia. Hasil uji

kelayakan menunjukkan bahwa website promosi memperoleh tingkat keberterimaan sebesar 87,36%, yang menandakan bahwa platform ini telah memenuhi kebutuhan pengelola serta stakeholder terkait. Program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing digital bagi pelaku usaha dan sektor pariwisata di Kecamatan Patuk.

Kata kunci: Teknologi Informasi, Internet, Website Promosi, UMKM, Pariwisata Digital

## **PENDAHULUAN**

Kecamatan Patuk di Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi besar di sektor pariwisata dan UMKM, berkat keindahan alamnya yang meliputi perbukitan karst, wisata goa, serta agrowisata yang menarik, serta produk unggulan berbasis sumber daya lokal seperti olahan pangan, kerajinan tangan, dan produk kreatif lainnya. Meskipun demikian, pelaku UMKM dan pengelola destinasi wisata di Patuk menghadapi tantangan besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran, terutama dalam hal penggunaan *website*. Banyak di antara mereka yang belum memahami cara mengelola *website* yang efektif untuk memperkenalkan produk dan destinasi wisata mereka ke pasar yang lebih luas.

*Website* yang dikelola dengan baik dapat berfungsi sebagai alat promosi yang sangat efektif, tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga untuk menarik pelanggan, wisatawan, dan membuka peluang kerja sama yang lebih luas. Namun, banyak pelaku usaha yang kesulitan dalam pembuatan dan pengelolaan *website*, karena kurangnya keterampilan teknologi, keterbatasan sumber daya, serta kurangnya pemahaman dalam membuat konten menarik.

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dan pengelola wisata di Kecamatan Patuk agar dapat mengelola *website* mereka dengan lebih efektif. Pelatihan akan mencakup dasar-dasar pembuatan dan pengelolaan *website*, teknik desain yang menarik, serta penerapan strategi pemasaran digital seperti optimasi mesin pencari, integrasi media sosial, dan pembuatan konten visual yang menarik. Pendampingan praktis juga akan diberikan untuk memastikan peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang diperoleh dalam mengelola *website* mereka.

Melalui program ini, diharapkan pelaku UMKM dan pengelola wisata dapat meningkatkan daya saing mereka, memperluas jangkauan pasar, menarik lebih banyak pelanggan dan wisatawan, serta meningkatkan omzet usaha. Keberhasilan dalam mengelola *website* juga diharapkan dapat membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, baik sektor swasta, pemerintah, maupun komunitas digital, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal. Dengan demikian, Kecamatan Patuk dapat semakin dikenal sebagai destinasi wisata unggulan yang berbasis teknologi dan ekonomi kreatif.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **1. Metode Sosialisasi**

Sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM dan pengelola wisata mengenai pentingnya *website* dalam era digital sebagai media promosi.

### **2. Metode Pelatihan**

Pelatihan diberikan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola website secara mandiri.

3. Metode Praktik Lapangan

Peserta langsung mempraktikkan pembuatan dan pengelolaan *website* mereka, termasuk pengisian konten dan strategi pemasaran digital. Pendekatan berbasis praktik ini bertujuan untuk memastikan peserta mampu mengimplementasikan keterampilan yang telah diperoleh.

4. Metode Pendampingan

Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis dan memastikan keberlanjutan pengelolaan *website* mereka. Kegiatan ini mencakup bimbingan teknis, evaluasi berkala, serta forum diskusi bagi pelaku UMKM dan pengelola wisata.

5. Metode Pendampingan

Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis dan memastikan keberlanjutan pengelolaan *website* mereka. Kegiatan ini mencakup bimbingan teknis, evaluasi berkala, serta forum diskusi bagi pelaku UMKM dan pengelola wisata.

**Jadwal Kegiatan**

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Persiapan kegiatan (koordinasi tim, penyusunan materi, dan perizinan)	√			
2	Sosialisasi kepada pelaku UMKM dan pengelola wisata mengenai pentingnya website untuk promosi	√			
3	Pelatihan dasar pengelolaan website (struktur, domain, hosting, dan CMS)		√		
4	Pelatihan pengelolaan konten (penulisan artikel, desain tampilan)		√		
5	Praktik lapangan (pembuatan dan pengelolaan website oleh peserta)		√		
6	Pendampingan dan bimbingan teknis untuk peserta dalam mengelola website secara mandiri			√	
7	Evaluasi dan monitoring perkembangan pengelolaan website oleh peserta			√	√
8	Penyusunan laporan akhir dan publikasi hasil kegiatan				√

**Materi Kegiatan**

Materi yang diberikan meliputi:

1. Dasar-Dasar *Website*: Struktur, domain, *hosting*, dan platform CMS.
2. Pengelolaan Konten: Penulisan artikel promosi, desain tampilan, serta penggunaan media visual.

3. Strategi Digital *Marketing*: Integrasi *website* dengan media sosial dan analisis trafik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Setelah mengikuti pelatihan, aparatur Kecamatan, BKAD dan UMKM dapat memahami pentingnya promosi produk.
2. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para pelaku UMKM di Kecamatan Patuk dalam operasionalisasi internet sebagai alat atau media promosinya.
3. Para aparatur Kecamatan, BKAD dan UMKM di Patuk dalam melakukan pengelolaan dan pengisian /peng-upload-an materi pada *website* secara rutin apabila ada perubahan pada produk unggulan dan pariwisata di Kecamatan Patuk.

Hasil pelatihan *Website* promosi produk UMKM dan obyek wisata ini berupa ketrampilan pengelola SID di masing-masing desa dalam mengoperasikan *Website* Promosi. Setelah peserta pelatihan melakukan praktik pada menu-menu admin yang terdapat di *website*, peserta diminta mengisi kuisioner kepuasan pengguna *website* promosi.

## KESIMPULAN

1. Kemampuan Pengguna dalam Mengoperasikan *Website*  
Para pengguna *website* promosi, yang terdiri dari admin pengelola produk UMKM dan objek wisata di 11 desa Kecamatan Patuk, Gunungkidul, telah mampu mengoperasikan semua menu yang tersedia dalam *website*. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan telah efektif dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi.
2. Hasil Uji Kelayakan *Website*  
Berdasarkan uji kelayakan yang dilakukan selama pelatihan kepada perwakilan dari 11 desa, diperoleh hasil sebesar 87,36%. Dengan angka tersebut, *website* promosi berbasis digital ini dinyatakan telah memenuhi standar kelayakan sebagai media promosi yang efektif. *Website* ini telah memenuhi berbagai aspek, seperti:
  - a. Kebutuhan admin dan pengelola dalam memudahkan pengelolaan data dan promosi.
  - b. Kebutuhan berbagai pihak yang berkepentingan, termasuk pelaku UMKM, pengelola wisata, serta calon pelanggan dan wisatawan.
  - c. Fungsionalitas yang baik, di mana *website* dapat berjalan dengan optimal dan mampu mendukung promosi produk UMKM serta objek wisata secara digital.
3. Dampak terhadap Promosi Produk UMKM dan Wisata  
Implementasi *website* promosi ini telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dan sektor pariwisata di Kecamatan Patuk. Mereka kini memiliki sarana promosi yang lebih luas, yang tidak hanya menjangkau pasar lokal tetapi juga dapat diakses oleh calon pelanggan dari luar daerah. Keberadaan *website* ini juga memberikan peluang bagi desa-desa untuk meningkatkan daya saing produk dan pariwisata mereka melalui strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2016. Industri Pariwisata Indonesia. Artikel. Dikutip dari <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051>. 2 Oktober.
- Agusetyaningrum, V., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada UKM Berbasis Kuliner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 105-111.
- Ayuningtyas, A. (2017, December). Sistem Informasi Produk Barang Dan Jasa Kopkardo Berbasis WEB (Studi Kasus: Koperasi Karyawan Dan Dosen STTA Yogyakarta). In *Conference SENATIK STT Adisutjipto Yogyakarta* (Vol. 3, pp. 83-89).
- Avinda, C. B., Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. (2016). Strategi promosi Banyuwangi sebagai destinasi wisata (studi kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, 4(1), 55-60.
- Jogiyanto, HM, 2005, Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktik Aplikasi Bisnis. Andi. Yogyakarta.
- Indah, I. N., & Yulianto, L. (1979). Pembuatan *Website* Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan, *IJCSS* 15-Indonesian Journal on Computer Science Speed-FTI UNSA Vol 10 No 1–Februari 2013-ijcss.unsa. ac. id.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.