



Accepted: Oktober 2023	Revised: November 2023	Published: Desember 2023
----------------------------------	----------------------------------	------------------------------------

Meningkatkan Potensi Desa melalui pemanfaatan Website Desa Sebagai Wujud Ekonomi Kreatif Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar

¹Miftakhul Rohman, ²Moch Bayu Fadilah, ³Eka, ⁴Gabrielle, ⁵Divina Dea Rudita, ⁶Adzinat Robbi Malik, ⁷Moch Ma'ruf Iskandar, ⁸Hayanun Sofi, ⁹Yetti Yuni Saras, ¹⁰Siti Nur Fadlilatu Zahro', ¹¹Nisfa khusnati a'malia, ¹²Siti Melinka Cahya, ¹³RenitaDwi Arini, ¹⁴Wenny Diah Prameswari, ¹⁵Milatul Hiqmah, ¹⁶Yoana Ayu Agustina, ¹⁷Hasna Ro'idah, ¹⁸Ihsa Kurniawan Mitra, ¹⁹Wahyu Niyati Sholikhah, ²⁰Sepri TrioAguswantoro, ²¹yayuk susanti, ²²M.Alfin Nafi'uddin

Email: ¹miftakhulrohman864@gmail.com, ²uyablapantuju.87@gmail.com, ³putri.pky05@gmail.com, ⁴gabriellewidhan@gmail.com, ⁷divinadea370@gmail.com, ⁶adzinatrobimalik@gmail.com, ⁷marufiskandar13@gmail.com ⁸hayanutsofi1@gmail.com ⁹yettiyunisaras080@gmail.com ¹⁰fadlilatuzahro53@gmail.com ¹¹nisfakhusna61@gmail.com ¹²melinkacahaya@gmail.com ¹³renitaarini05@gmail.com ¹⁴wennydiahp@gmail.com ¹⁷milatulhiqmah23@gmail.com ¹⁶yoanaayu28@gmail.com ¹⁷hasna.idah86@gmail.com ¹⁸ihsakurniawan@gmail.com ¹⁹w.niati13@gmail.com ²⁰rguswantoro@gmail.com ²¹yayuksusanti742@gmail.com ²²alvinafinudiin@gmail.com

(1-22) Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

Abstract

This work program aims to increase village potential through the use of websites as a form of creative economy in Genengan Village. The development model used is a prototype model which consists of analysis, design and implementation stages. Data collection was carried out by conducting observations and interviews. The data collected is in the form of interviews. The results of this work program show that a village website is very necessary as a source of information to improve the creative economy in Genengan Village.

Keywords: *Village Potential; Website; Creative Economy.*

Abstrak

Program kerja ini bertujuan untuk meningkatkan potensi desa melalui pemanfaatan website sebagai wujud ekonomi kreatif di Desa Genengan. Model pengembangan yang digunakan adalah model prototipe yang terdiri dari tahapan analisis, desain, dan implementasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi dan wawancara. Data yang terkumpul berupa hasil wawancara. Hasil dari program kerja ini menunjukkan bahwa website desa merupakan salah satu sumber informasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Desa Genengan.

Kata kunci: Potensi Desa; Website; Ekonomi Kreatif.

Pendahuluan

Desa Genengan merupakan desa yang terletak di dataran tinggi Kabupaten Blitar dengan ketinggian 500 meter di atas permukaan laut. Sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor perkebunan, peternakan, dan pengrajin opak Gambir. Desa Genengan memiliki beberapa potensi alam di sektor perkebunan, persawahan, dan pertanian. Selain itu, Desa Genengan juga memiliki sektor UMKM seperti Peternakan dan usaha mikro.

Beberapa penduduk Desa Genengan fokus kepada sektor makanan dan peternakan yaitu pengolahan Opak Gambir dan peternakan seperti ternak kambing, sapid an budidaya ikan . Bermula dari sektor makanan dan peternakan tersebut tim mencoba untuk mengembangkan dengan beberapa inovasi. Namun sebelum itu, tim melakukan observasi terlebih dahulu mengenai kondisi daerah Desa Genengan.

Bedasarkan dari hasil observasi terdapat beberapa kelompok peternak dan pengrajin yang masih membutuhkan pemdampingan pengembangan usaha opak gambir dengan menambahkan beberapa fasilitas yang menunjang seperti segi pemasaran, operasional maupun yang lainnya. Dalam segi sumber daya manusia juga para pengrajin mengandalkan anak-anaknya untuk ikut membantu dalam usaha tersebut, dan dari sumber pemasaran masih sangat lemah.

Detail hasil observasi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Peralatan untuk produksi bisa terbilang kurang mencukupi dan penempatan (*layout*) nya masih seadanya, sehingga proses produksi kurang efisien dan kurang terstruktur.
2. Dari segi pemasarannya, belum memiliki cukup tempat untuk menjual produknya sendiri, sehingga dalam penjualannya masih mengandalkan cara lama yaitu berkeliling dan memasarkannya di satu pasar.
3. Desa kurang memanfaatkan tehnologi dikarenakan SDM yang terbatas
4. Pemahaman tentang Tehnologi masih rendah dikalangan masyarakat

Metode

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar, yang mana termasuk Desa yang sangat berkembang dalam berbagai bidang. Sehingga memudahkan Penulis dalam melaksanakan pengabdian. Sedangkan waktu pengabdian ini berlangsung pada Bulan September 2023. Tahap-tahap dalam pengabdian ini di antaranya menyusun rancangan pengabdian, memilih lapangan pengabdian, mengurus surat perizinan, menjajaki dan menilai keadaan lapangan, memilih dan memanfaatkan informan, serta menyiapkan semua perlengkapan pengabdian.

Hasil dan Dampak

Sebagai Progam kerja utama yang diusung untuk Desa Genengan adalah pembuatan website yang dapat digunakan sebagai media informasi dan pengembangan ekonomi kreatif desa. Program kerja tersebut bertujuan agar perangkat desa dapat mengoperasikan dan mengelola website, sehingga Desa Genengan tidak tertinggal oleh zaman yang semakin maju dan modern

khususnya di bidang informasi dan teknologi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan melakukan koordinasi mengenai izin pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan Kepala Desa Genengan, Bapak Agus Yulianto (Primaadi Airlangga, 2020).

Hasil koordinasi dengan aparat pemerintahan Desa Genengan, kegiatan pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan website Desa yang dapat diakses pada domain <https://desagenengan.com>.



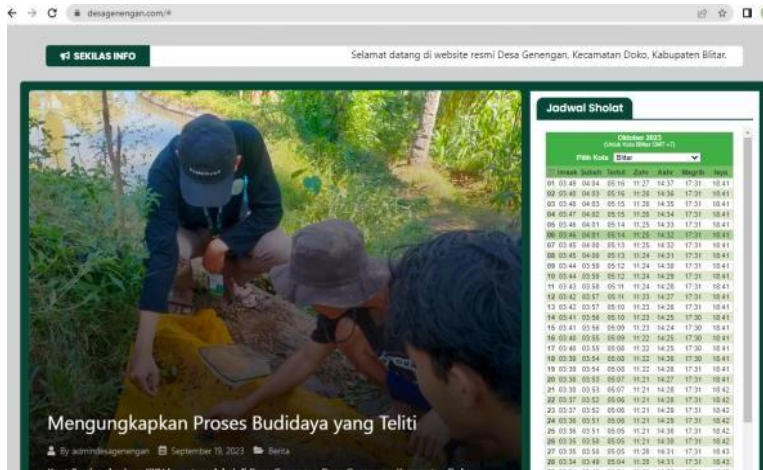
Gambar 1 : Tampilan *homepage web* Desa Genengan

Bedasarkan dari hasil luaran yang dicapai dalam kegiatan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu pembuatan website dan pemanfaatan website sebagai media pengembangan Ekonomi Masyarakat. Hal ini menjadi solusi bagi desa untuk mengembangkan potensi Desa. Keberadaan *website* desa sebagai media informasi, didukung kemampuan dalam penggunaannya, diharapkan dapat memberikan sarana informasi yang lengkap kepada masyarakat luas sehingga memudahkan kegiatan promosi atau publikasi.

Para pelaku usaha bidang industri kreatif perlu meningkatkan bisnisnya melalui kanal pemasaran digital guna mengikuti perkembangan teknologi sekarang ini. Restog K. Kusuma, Direktur Akses Perbankan Badan Ekonomi Kreatif (www.industri.bisnis.com) mengatakan selain memiliki pengetahuan akses permodalan serta pengaturan keuangan, para pelaku industri kreatif juga perlu pembinaan dalam pemasaran digital.

Peran pelaku industri kreatif mulai untuk beralih cara untuk melakukan proses pemasaran produk industri yang dihasilkan melalui media digital yaitu digital marketing karena digital marketing atau pemasaran online sesuatu yang

besar dan berpengaruh terutama dalam melakukan penetrasi pasar yang tetap guna dan tetap sasaran terhadap konsumen yang pada saat yang sama membutuhkan produk yang ditawarkan oleh produsen.



Gambar 2 dan 3 : Warga memanfaatkan WEB untuk pengembangan UMKM

Aktivitas ekonomi yang berbasis pada kreativitas semakin mengalami peningkatan tajam sejalan dengan berubahnya kondisi serta gaya hidup konsumerisme yang semakin kompleks. Kreativitas usaha yang semakin tak terbatas secara tidak langsung mempengaruhi pemanfaatan sumber daya secara optimal dari yang tidak bernilai jual menjadi memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Di sisi lain pertumbuhan ekonomi kreatif mampu menciptakan lapangan

pekerjaan baru, membentuk segmen pasar baru yang dapat mempengaruhi ekspetasi pasar akibat dari adanya perubahan cara mengkonsumsi. Industri kreatif dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian, baik untuk penciptaan nilai tambah, lapangan kerja, peluang bisnis dan keterkaitan antar sektor. (Pancawati & Widaswara, 2023)

Peningkatan pertumbuhan hasil industri kreatif berikut pelaku industri kreatif tidak lepas dari peran media digital dan media sosial didalamnya. Namun tidak sedikit juga pelaku industri kreatif di tingkat bawah atau industri kecil atau home industry masih belum banyak memanfaatkan media digital dalam hal proses pemasaran produk yang dihasilkan sehingga perlu dilakukan peran pemerintah untuk melakukan edukasi berkaitan dengan pemasaran produk.

Gambar 4,5 dan 6 : Perangkat Desa Genengan bersama Tim KKN UNU Blitar



Kelompok 13 membantu medesain dan memanfaatkan WEB desa

Bedasarkan hasil surve iklan tradisional kini tak lagi memiliki ‘kekuasaan’ mengingat pemasaran digital multi-channel terus meningkat sebanyak 137% ditambah dukungan kenaikan 500% brand yang menggunakan strategi digital marketing. Kenaikan ini tentu saja didorong oleh para

konsumen. Sebanyak 72% konsumen sudah terhubung dengan brand pilihan mereka melalui beragam chanel pemasaran digital yang ada. Namun demikian, walaupun mayoritas konsumen dan pemilik usaha memilih rute pemasaran digital, masih ada usaha kecil yang tidak mengikuti tren ini

Industri kreatif, di era digital saat ini memiliki peranan sangat penting. Industri ekonomi kreatif tercatat berkembang positif tahun 2016 data PDB industri ekonomi kreatif mencapai Rp. 922,58 triliun dengan nilai kontribusi PDB nasional sebesar 7,44% atau meningkat dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 852,56 triliun atau 7,38% terhadap PDB nasional. Angka ini juga diiringi dengan pesatnya laju pertumbuhan ekaraf sebesar 4,95% di tahun 2016 dibandingkan tahun sebelumnya sekitar 4,41%. (Sofyan & Toriq, 2018)

Oleh sebab itu pemanfaatan media online sangat tepat bagi pelaku Usaha dan pengembangan usaha serta pengembangan desa. Media jejaring sosial online seperti facebook dapat menjadi sarana yang baik dalam menciptakan suatu pasar dunia maya. Selain dapat memasarkan suatu produknya, masyarakat juga dapatsaling bertukar pikiran dan menambah relasi dalam situs pertemanan tersebut. Masyarakat dapat memasarkan hasil industri kreatifnya dengan mudah sehingga selain efisien dapat juga menciptakan pasar yang luas bahkan hingga ke mancanegara hanya dengan menggunakan media online (Sofyan & Toriq, 2018).

Penutup

Berdasarkan hasil dari kegiatan pemanfaatan web bagi pelaku UMKM di desa Genengan kecamatan Doko Kabupaten Blitar dapat disimpulkan :

1. Peran media digital yang digunakan untuk berbagai kebutuhan setiap orang di era digital saat ini semakin berkembang cukup besar terutama digital marketing yang dimanfaatkan oleh perusahaan atau bisnis personal dalam hal proses pemasaran produk hasil industri terutama industri kreatif.
2. Tingkat partisipasi dari mitra memberikan dampak positif pada saat melakukan penyuluhan dan pendampingan pemnafaatan web.
3. Terbantunya proses produksi dan mampu mempengaruhi masyarakat untuk berperan aktif ikut serta dalam proses pengembangan UMKM di Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar melalui pemanfaatan WEB Desa.

4. Adanya perubahan pada perlengkapan dan peralatan produksi yang lebih efisien dan terstruktur.
5. Dalam segi pemasarannya, produk UMKM ini mencakup pangsa pasar yang lebih luas, dan adanya tempat khusus untuk menjual produk UMKM baik penjualan offline maupun penjualan secara online.
6. Bertambahnya SDM yang kemudian dapat meningkatkan jumlah produksi guna memenuhi permintaan pasar.

Daftar Pustaka

- Rahmat Hidayat, 2010, *Cara Praktis Membangun Website Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rachmad Hakim, 2009, *Professional Website dengan Joomla 1.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shanti Kusuma Dewi, Annisa Kessy Garside -Perancangan website sebagai media promosi dan penjualan pada home industry abon. || Jurnal Teknik Industri, Vol. 15, No. 2, Agustus 2014: 170–181
- Oetomo, B. S. D. 2002. E-Education : Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internal Pendidikan. Yogyakarta : Andi Offset.
- Raharjo, Budi. 2002. Implikasi Teknologi Informasi dan Internet Terhadap Pendidikan, Bisnis dan Pemerintahan : Siapkah Indonesia? [Online] Tersedia : www.budi.insan.co.id/articles/riau-it.doc
- Sutanto, Yulianton dan Mulyani, 2016, Sindikasi Web Menggunakan Teknik Web Scrapping Untuk Kolaborasi Pemasaran UMKM Handicraft, Penelitian Universitas Sikubank, Agustus 2016
- Syaifullah, H., & Arkan, R. (2021, October). Penguatan Karakter SDM Berbasis Integrasi-Interkoneksi di Perguruan Tinggi Melalui Kegiatan KKN Model Hybrid. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1)
- Ridwan, N. S., & Mardiana, A. (2021, August). Perancangan Website Jurnal Dan Laporan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa (Knm) Universitas Majalengka Tahun 2019. In Seminar Teknologi Majalengka (Stima) (Vol. 5, pp. 37-47).

- Hidayat, W. F., Rapiyanta, P. T., & Shidiq, F. (2020). *Perancangan Website Desa Wisata Wukirsari Bantul Sebagai Media Promosi dan Pemesanan*. Jurnal Infortech, 2(1), 1-7
- Sudirman, S., Fauzan, A., & Mustakim, R. A. W. (2023). *Pembuatan Website sebagai Media Pencitraan dan Promosi Pada Desa Kamiri Kecamatan Balusu Kabupaten Barru. Ilmu Komputer untuk Masyarakat*, 4(1).
- Pancawati, N. L., & Widawara, R. (2023). *Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 166-178.
- Primaadi Airlangga, H. &. (2020). *Pembuatan dan pelatihan pengoperasian website desa agrowisata gondangmanis*. jurnal pengabdian masyarakat bidang informatika, 10-11.
- Sofyan, H., & Toriq, I. (2018). Peranan media digital dalam perkembangan industri kreatif. Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi, (p. 679). 2018.

Copyright © 2023 **JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa**: Vol.4, No.3, Desember 2023, , e-ISSN; 2745-5947

Copyright rests with the authors

Copyright of JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa is the property of JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.

<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/jpmd>