

Prawitagarden.Com Website As A Promotional Media For Honey Derivative Products From The Forest Farmers Group

Website Prawitagarden.Com Sebagai Media Promosi Produk Turunan Madu
Kelompok Petani Hutan

Muhammad Lulu Latif Usman, Ratih Windu Arini, Muhamad Azrino Gustalika

Telkom University

Jalan D.I. Panjaitan No. 128, Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia

Email: muhlulu@telkomuniversity.ac.id

Abstract – Damakradenan Village, Ajibarang District has great potential in pure honey production through the “Petani Muda Prawita” Forest Farmer Group. This group produces various types of honey, including klanceng honey, mellifera bee honey, apis cerana honeycomb honey, and sachet honey, with the main target market being children. However, product sales are still limited in the Banyumas Regency area and digital marketing has not been running optimally because it only relies on Instagram social media without an official website. This problem has an impact on limited market reach and consumer trust levels. This community service program is implemented to help partners increase promotion and sales through website development as a digital marketing medium. The stages of the activity include creating a website using the WordPress framework, the indexation process so that it can be found on the Google search engine, and website management training for partners. The results of the activity show that partners now have an official website with the domain prawitagarden.com, indexed on the Google search engine, and partners have been equipped with independent website administration skills. The existence of the website is expected to expand market reach, increase consumer trust, and support the continuity of the Prawita Garden honey business digitally.

Keywords: Website, Small And Medium Enterprises, Damakradenan Village, Prawita Garden

Abstrak – Desa Damakradenan, Kecamatan Ajibarang memiliki potensi besar dalam produksi madu murni melalui Kelompok Petani Hutan “Petani Muda Prawita”. Kelompok ini memproduksi berbagai jenis madu seperti madu klanceng, madu lebah *melifere*, madu *sarang apis cerana*, dan madu *sachet* dengan target pasar utama anak-anak. Namun, penjualan produk masih terbatas di wilayah Kabupaten Banyumas dan pemasaran digital belum berjalan optimal karena hanya mengandalkan media sosial Instagram tanpa adanya *website* resmi. Permasalahan ini berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar dan tingkat kepercayaan konsumen. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk membantu mitra meningkatkan promosi dan penjualan melalui pengembangan *website* sebagai media *digital marketing*. Tahapan kegiatan meliputi pembuatan *website* menggunakan *framework WordPress*, proses indeksasi agar dapat ditemukan di mesin pencari *Google*, serta pelatihan pengelolaan *website* kepada mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra kini memiliki *website* resmi dengan domain *prawitagarden.com*, terindeks di mesin pencari *Google*, dan mitra telah dibekali kemampuan administrasi *website* secara mandiri. Keberadaan *website* diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung keberlanjutan usaha madu Prawita Garden secara digital.

Kata Kunci: Website, UMKM, Desa Damakradenan, Prawita Garden

1. PENDAHULUAN

Madu adalah cairan manis yang diproduksi oleh lebah madu dari nektar bunga atau sekresi serangga tertentu. Madu telah lama dikenal bermanfaat bagi kesehatan karena memiliki sifat antibakteri, anti oksidan, dapat meningkatkan kekebalan tubuh dan meningkatkan kesehatan sehingga mudah ditemukan di pasaran baik dalam bentuk sarang atau pun cairan madunya[1],[2],[3],[4].

Desa Damakradenan Kecamatan Ajibarang memiliki beberapa kelompok produktif, diantaranya Kelompok Petani Hutan “Petani Muda Prawita” yang memproduksi madu murni dengan lebah yang ditenak sendiri. Kelompok mitra terdiri dari total 20 orang dengan 12 anggota. Kelompok ini memiliki beberapa lokasi perkebunan yang tersebar di beberapa desa di Kabupaten Banyumas dengan lokasi utama di Desa Damakradenan Kecamatan Ajibarang dan desa lainnya. Produksi madu yang dihasilkan oleh

kelompok ini terdiri dari beberapa jenis yaitu madu *klanceng*, madu lebah *melifere*, madu sarang *apis cerana*, dan madu *sachet*. Jenis madu dibedakan berdasarkan nektar bunga yang dihisap oleh koloni lebah [5],[6].

Produk madu cair dijual dengan harga Rp 75.000 – Rp 150.000 tergantung jenis madu. Produk madu *sarang* dijual dengan harga Rp 100.000, untuk untuk jenis madu *apis cendana* 100 gr, dan madu *sachet* dengan harga Rp 3.500 per-*sachet*-nya. Banyaknya manfaat madu bagi kesehatan membuat potensi produk untuk dikembangkan semakin tinggi [7],[8].

Mitra membuat produk madu *sachet* dengan target utama anak-anak karena manfaat madu murni yang sangat baik bagi anak-anak, sekaligus memperkenalkan madu murni kepada anak-anak. Madu yang saat ini mudah ditemukan di pasaran dengan berbagai merek dan ukuran, kebanyakan telah memiliki campuran gula walaupun dengan kandungan berbeda.

Prawita Garden sebagai badan usaha memiliki beberapa keterbatasan terutama dari sisi penjualan yang masih dalam lingkup Kabupaten Banyumas. Dalam sisi pemasaran Prawitra Garden membutuhkan ekspansi terutama untuk meningkatkan penjualan. Salah satu pemasaran yang tepat adalah secara digital [9][10]. Pemasaran digital Prawita Garden masih belum dilakukan secara optimal. Saat ini pemasaran masih berfokus pada pasar *offline*. Untuk media promosi secara *online* Prawita Garden hanya memiliki media sosial Instagram.

Selain media sosial, kebutuhan akan *website* menjadi salah satu masalah yang ada di Prawitra Garden. *Website* resmi untuk penjualan dapat menjadi salah satu portfolio dan bukti keberadaan usaha secara digital. Selain itu dengan adanya *website* tersendiri dapat meningkatkan *trust*/kepercayaan calon konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*. Masalah pemasaran digital juga harus didukung dengan adanya media kepastian hukum. Kepastian hukum memberikan keamanan bagi pelaku usaha terutama untuk mencegah adanya sengketa atau masalah pelanggaran hukum di kemudian hari. Salah satu aspek legal yang belum tercapai di Prawitra Garden adalah belum adanya merek dagang Prawitra Garden yang di kemudian hari bisa menjadi salah satu potensi konflik.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan pada latar belakang, maka dalam program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pembuatan *website* sebagai media promosi. *Website* ini kemudian dikembangkan untuk

mendukung promosi penjualan terutama untuk meningkatkan tingkat *trust* [11],[12],[13] dari pembeli nantinya. Implementasi *website* sebagai pendukung promosi produk penjualan dilaksanakan dalam 3 tahapan utama :

a. Pembuatan *website*

Website harus dapat diakses secara *online* sehingga calon pembeli nantinya dapat menjadikan *website* sebagai media informasi. *Website* juga harus memiliki *domain* yang jelas, yang bisa diakses secara *online*, sehingga pembeli mudah mengakses alamat *domain*.

b. Indeksasi *website*

Indeksasi *website* dilakukan supaya pengguna baru dapat mengakses *website* tersebut. Indeksasi ini menjadi kunci untuk dapat mencapai pengguna baru yang belum pernah mengunjungi *website* tersebut [14][15]. Indeksasi yang digunakan minimal adalah dapat diakses pada *google search engine* sebagai media *search engine* paling populer.

c. Pelatihan

Pelatihan dilakukan sebagai transfer pengetahuan terkait administrasi *website*. Pelatihan ini dilakukan untuk memastikan mitra dapat menggunakan atau mengelola *website* nantinya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan terdiri dari 3 kegiatan antara lain pembuatan *website* (dengan dilakukan *review* dan revisi dari Prawitra Garden), indeksasi, dan pelatihan (Gambar 1).



Gambar 1. Kegiatan Pelaksanaan

Pembuatan *Website*

Pembuatan *website* dikembangkan dengan menggunakan *framework wordpress* untuk mempermudah pengelolaannya. *Framework wordpress* dipilih karena waktu pembuatan *website* yang pendek membutuhkan *framework* yang cepat. Selain itu dokumentasi *framework wordpress* juga sudah banyak sehingga sudah tersedia berbagai dokumen tutorial. Untuk hasil *website* sendiri kemudian dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Tampilan website (banner)



Gambar 3. Tampilan website (Produk Turunan)

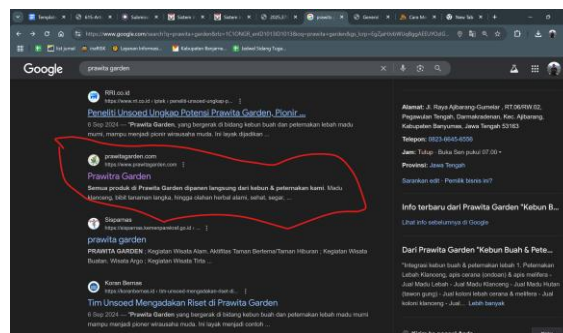
Untuk domain, dipilih domain dotcom (.com) dengan alamat <https://www.prawita-garden.com/>. Domain dotcom dipilih karena lebih umum dan mudah proses pendaftarannya, berbeda dengan domain seperti dot-co-dot-id (.co.id). Selain itu domain dotcom juga dipilih karena harga yang lebih terjangkau dari pada dot-id (.id), dot-store (.store), dan lain-lain. Faktor harga menjadi salah satu pertimbangan penting mengingat dalam domain terdapat biaya perpanjangan tiap tahunnya. Harga yang tidak terlalu mahal dapat meringankan biaya mitra.

Indeksasi Website

Indeksasi website dilakukan agar dapat ditelusuri dengan mesin pencari atau search engine. Indeksasi yang dilakukan adalah menggunakan indeksasi google dimana google merupakan mesin pencari nomor satu saat ini. Indeksasi tidak bisa dilakukan secara otomatis pada google sehingga membutuhkan langkah-langkah pendaftaran domain. Contoh indeksasi yang telah dilakukan dengan kata kunci "prawita garden" tampak pada Gambar 4.

Pelatihan

Pelatihan (Gambar 5) yang dilakukan adalah dengan memberikan pembekalan secara langsung kepada pemilik Prawita Garden yang akan mengelola website. Pelatihan dilakukan dengan memberikan tutorial dan pemilik mencoba secara langsung proses pengelolaan website tersebut.



Gambar 4. Tampilan mesin pencari google untuk kata kunci "Prawita Garden"



Gambar 5. Pelatihan pengelolaan website.

Pembahasan

Program website untuk media promosi yang dilakukan adalah merupakan kelanjutan program pengabdian masyarakat yang pernah dilakukan sebelumnya. Kegiatan sebelumnya adalah berupa pelatihan digital marketing yang lebih ke arah pengelolaan media sosial dan pengadaan alat madu.

Hasil program ini memiliki potensi untuk dilanjutkan dengan melakukan pengadaan alat pengurangan kadar air madu untuk keperluan ekspor madu. Selain itu dapat ditunjang dengan pelatihan untuk memastikan kesiapan ekspor produk turunan madu. Pengembangan ke arah ekspor memungkinkan dilakukan karena mitra telah memiliki sarana pendukung komunikasi online, berbasis website.

4. PENUTUP

Pengembangan website sebagai media promosi digital dapat membantu meningkatkan potensi penjualan produk madu Prawita Garden. Pembuatan website dengan domain [prawita-garden.com](https://www.prawita-garden.com) memberikan sarana promosi yang lebih luas, profesional, dan mudah diakses oleh calon konsumen. Proses indeksasi ke mesin pencari Google berhasil dilakukan sehingga mempermudah pencarian informasi produk oleh masyarakat. Selain itu, pelatihan pengelolaan website yang diberikan kepada mitra juga meningkatkan kemampuan kelompok dalam

mengelola konten secara mandiri. Dengan demikian, diharapkan jangkauan pasar dapat diperluas, tingkat kepercayaan konsumen meningkat, serta Prawita Garden mampu bersaing di era digital secara berkelanjutan.

PENGHARGAAN

Program pengabdian masyarakat ini bisa dilakukan atas bantuan dari Telkom University sebagai institusi pelaksana sekaligus pemberi bantuan pendanaan. Kegiatan ini bisa dilakukan dengan lancar atas kerjasama Prawita Garden yang sangat membantu, baik sebagai penerima manfaat kegiatan dan juga sebagai mitra kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online]. Available: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Accessed: Mar. 31, 2024.
- [2]. J. Gusni, M. Miswarti, R. Eni, and J. Jasmi, "Peningkatan Pengetahuan Tentang Budidaya, Khasiat Dan Manfaat Lebah Madu Galo-Galo *Geniotrigona Thoracica* Dan *Heterotrigona Itama* Bagi Kesehatan Pada Kelompok Tani Trisula Muda Kenagarian Api-API Pasar Baru Kecamatan Bayang Kabupaten Pesisir Selatan," *Ensiklopedia of Journal*, vol. 7, no. 2, pp. 178–181, 2025.
- [3]. N. A. E. Putri, D. A. Wulandari, and W. Widada, "Manfaat Madu Terhadap Imunitas Tubuh Dalam Perspektif Pengobatan Islam," *Scientific Proceedings of Islamic and Complementary Medicine*, vol. 2, no. 1, pp. 35–43, 2024.
- [4]. R. Rosmarlinasiah, H. Nur, N. Hadjar, S. Marwah, Z. Uslinawaty, S. A. Laksananny, et al., "Introduksi teknologi budidaya lebah madu bagi Masyarakat Desa Matabaho Kecamatan Wawonii Barat Kabupaten Konawe Kepulauan," *Indonesia Berdaya*, vol. 5, no. 3, pp. 1046–1054, 2024.
- [5]. M. K. Muthia, "Strategi pengembangan model bisnis pada CV. Pondok Lebah Bekasi," Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.
- [6]. I. P. Pipit, "Autentikasi Madu Dari Lebah Tanpa Sengat *Geniotrigona Thoracica* Dengan Nektar *Acacia Mangium* Menggunakan Portable LED-Based Fluorescence Spectroscopy Dan Metode SIMCA," 2024.
- [7]. L. K. Joshi and R. B. Yustriawan, "Empowering Trigona Honey Bee Farmers: Community Empowerment Efforts Based On Local Potential By PT Pertamina EP Sanggata Field-Lapangan Semberah," *Progress In Social Development*, vol. 5, no. 2, pp. 197–206, 2024.
- [8]. A. Tasya, A. Sofiani, J. A. Muharram, S. F. Khoirunnisa, and H. Ali, "Potensi Komoditas Lebah Madu D'bees Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Desa Mekarwangi Sindangkerta: Kesejahteraan Masyarakat," *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, vol. 4, no. 7, pp. 373–382, 2024.
- [9]. Khairunnisa, Citra Melati. "Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5.1 (2022): 98-102.
- [10]. Sentoso, Antony, et al. "Pengaplikasian alat pemasaran digital terhadap UMKM Nuruto." *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)* 9.1 (2023): 67-74.
- [11]. Andarwati, Tiasri, et al. "Penguatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan *website* sebagai media promosi dan branding produk skincare." *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3.1 (2025): 126-132.
- [12]. Aulia, Nurul, Novi Maryani, and Muhammad Rendi Ramdani. "Pengelolaan Penggunaan *Website* Sebagai Media Promosi Sekolah Di Ponpes Nurul Hikmah Cikuwul." *Karimah Tauhid* 3.11 (2024): 12637-12647.
- [13]. Maulidin, Syarif, and Muhamad Suhardi. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis *Website* Sebagai Media Informasi Di SMKN Unggul Terpadu Anak Tuha." *Vocational: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan* 4.3 (2024): 109-123.
- [14]. Haryodi, Kristianto. *Belajar Pemrograman Web untuk Pemula*. Anak Hebat Indonesia, 2024.
- [15]. Praharjo, Ardik, and Sri Nastiti Andharini. *Optimasi Google Advertising dalam Promosi Bisnis di Era Digital*. Pustaka Peradaban, 2023.