

Increasing the Digital Capacity of the Pakem Happy Village Community Pacar Kembang Tambaksari Surabaya Through Website Production and Application Training

Peningkatan Kapasitas Digital Komunitas Pakem Happy Kelurahan Pacar Kembang Tambaksari Surabaya Melalui Pembuatan dan Pelatihan Penggunaan *Website*

Nasywa Salsabila, Aura Wahidah Nendrisyah, Salfiyatus Syarifah, Agnes Tresia Silalahi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar Kota Surabaya 60294 Jawa Timur

Email : agnes.tresia.fisip@upnjatim.ac.id

Abstract - The development of information technology has driven digital transformation in various sectors, including micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, many MSMEs still experience limited digital access and literacy. This community service activity aims to increase the digital capacity of MSMEs through the creation and training of the Pakem Happy Community in Pacar Kembang Village, Tambaksari District, Surabaya. The activity was carried out through stages of observation, design, development, training, and technical assistance. The result is the realization of the community website www.pakemhappy.com as a medium for information, promotion, and documentation of MSME activities. The interactive training successfully improved the digital literacy of participants and built a sense of ownership of the digital platform. This activity demonstrates the effectiveness of a community-based and participatory approach in encouraging inclusive and sustainable digital transformation among MSMEs.

Keywords: MSMEs, Digital Transformation, Website, Community Empowerment, Digital Literacy

Abstrak - Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, banyak pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan akses dan literasi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM melalui pembuatan dan pelatihan penggunaan *website* bagi Komunitas Pakem Happy di Kelurahan Pacar Kembang, Kecamatan Tambaksari, Surabaya. Kegiatan dilakukan melalui tahapan observasi, perancangan, pengembangan, pelatihan, hingga pendampingan teknis. Hasilnya adalah terwujudnya *website* komunitas www.pakemhappy.com sebagai media informasi, promosi, dan dokumentasi kegiatan UMKM. Pelatihan interaktif berhasil meningkatkan literasi digital peserta serta membangun rasa kepemilikan terhadap *platform* digital tersebut. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis komunitas dan partisipatif efektif dalam mendorong transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan di kalangan pelaku UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, *Website*, Pemberdayaan Komunitas, Literasi Digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi (TI) yang sangat pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan. Teknologi digital mencakup berbagai perangkat, sistem, dan *platform* berbasis internet yang memungkinkan informasi dapat dikelola, disebarluaskan, dan dibagikan secara cepat, luas, serta efisien [1]. Salah satu dampaknya adalah meningkatnya peran internet sebagai sarana komunikasi utama yang semakin digemari masyarakat. Internet memudahkan akses informasi secara cepat dan efisien, dimana *website* menjadi sumber informasi yang sangat berharga [2]. *Website* merupakan kumpulan

halaman yang saling terhubung dalam satu *domain* atau *subdomain*, yang dapat diakses melalui jaringan *World Wide Web* (www) [3]. Dalam konteks ini, keberadaan *website* sebagai media informasi, promosi, dan transaksi menjadi sangat krusial dalam meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar [4]. Namun, tidak semua pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan atau akses terhadap teknologi digital. Padahal, UMKM merupakan bagian vital dari perekonomian Indonesia, berperan besar dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan ekonomi, dan penguatan ekonomi nasional melalui pendekatan berbasis komunitas [5]. Salah satu contohnya

adalah komunitas UMKM Pakem Happy di Kelurahan Pacar Kembang, Kecamatan Tambaksari, Surabaya, yang menaungi berbagai jenis usaha lokal seperti kuliner, kerajinan, dan layanan jasa. Sayangnya, mayoritas pelaku usaha di komunitas ini masih mengandalkan promosi konvensional seperti brosur, rekomendasi lisan, dan penjualan langsung di lingkungan sekitar.

Di era digital saat ini, transparansi meningkat dan peluang berbisnis menjadi lebih terbuka. Namun, seiring bertambahnya peluang, persaingan antar pelaku usaha pun semakin sengit. Oleh karena itu, penting bagi para pemilik usaha untuk mengikuti perkembangan teknologi agar dapat tetap bersaing. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk memperluas jangkauan bisnis di tengah dinamika perubahan ini adalah membangun *website* perusahaan. Membuat *website* memberikan berbagai manfaat, seperti proses instalasi yang praktis, kemudahan dalam memperbarui serta menyesuaikan konten, dan tersedianya berbagai plugin yang dapat menunjang pengembangan *website* secara optimal [6].

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman menyeluruh kepada komunitas UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha serta mendampingi mereka secara langsung dalam proses pembuatan dan pengelolaan situs *web* komunitas. Kegiatan ini diharapkan mampu memanfaatkan *website* sebagai media pemasaran produk sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar secara *online* [7]. Selain itu, keberhasilan kegiatan ini juga dapat menjadi model yang dapat direplikasi oleh komunitas UMKM lain di wilayah Surabaya dan sekitarnya dalam mengadopsi teknologi digital secara inklusif dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan partisipatif dan edukatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses pelaksanaan peningkatan kapasitas digital UMKM melalui pembuatan *website* dan pelatihan penggunaannya. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara informal dengan pelaku UMKM, serta dokumentasi kegiatan selama program berlangsung. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu:

a. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal berupa survei dan wawancara dengan anggota Komunitas Pakem Happy untuk mengidentifikasi pemahaman awal mereka tentang digitalisasi usaha, serta

potensi dan hambatan yang dihadapi dalam pemasaran produk secara daring.

b. Perancangan dan Pembuatan Website

Berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi, dilakukan perancangan dan pembuatan *website* komunitas menggunakan *platform WordPress*, yang ramah pengguna dan mudah dikelola.

c. Sosialisasi dan Pelatihan

Diselenggarakan kegiatan pelatihan bagi anggota komunitas mengenai:

- Cara mengelola *website* (mengunggah produk, mengubah konten, dan sebagainya)
- Pemanfaatan media sosial sebagai pendukung promosi *website*.
- Dasar-dasar *digital marketing* untuk UMKM.

d. Pendampingan dan Evaluasi

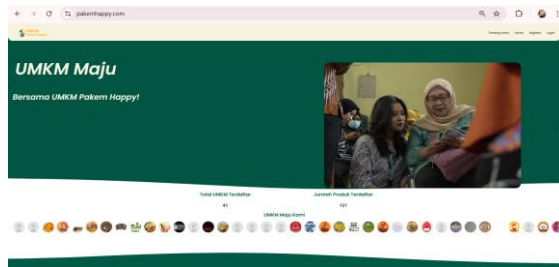
Setelah pelatihan, dilakukan sesi pendampingan agar peserta dapat menerapkan ilmu yang diperoleh. Evaluasi dilakukan untuk mengukur pemahaman peserta dan efektivitas *website* dalam mendukung kegiatan usaha mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Website Komunitas

Hasil utama dari kegiatan ini adalah berhasilnya pembangunan sebuah *website* komunitas dengan alamat domain www.pakemhappy.com yang difungsikan sebagai media informasi, promosi, dan dokumentasi kegiatan UMKM yang tergabung dalam Komunitas Pakem Happy di Kelurahan Pacar Kembang. *Website* ini dibangun menggunakan *platform WordPress* yang dipilih karena kemudahan pengelolaan dan fleksibilitas tampilannya, sehingga memudahkan komunitas dalam pengoperasian jangka panjang. *Platform WordPress* memiliki banyak *template* gratis [8]. Desain visualnya dibuat sederhana namun tetap menarik, dengan nuansa lokal yang mencerminkan karakter UMKM setempat.

Website ini (Gambar 1) terdiri atas beberapa menu utama seperti *Beranda*, *Tentang Kami*, *Produk UMKM*, *Profil Anggota*, *Galeri Kegiatan*, dan *Kontak Kami*. Setiap pelaku usaha yang tergabung dalam komunitas memiliki ruang khusus untuk menampilkan profil usahanya lengkap dengan deskripsi produk, foto, nomor kontak, dan lokasi usaha. Selain itu, terdapat fitur tambahan seperti berita terbaru dan agenda kegiatan komunitas, sehingga *website* ini tidak hanya berfungsi sebagai katalog produk, tetapi juga sebagai pusat informasi dinamis bagi seluruh anggota dan pengunjung dari luar.



Gambar 1. Website Pakem Happy

Pembuatan konten awal *website* dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan anggota komunitas. Tim pelaksana mengumpulkan data berupa foto produk, narasi usaha, dan informasi kontak dari masing-masing UMKM, lalu mempublikasikannya ke dalam struktur *website* yang telah dirancang. Proses ini sekaligus menjadi ajang edukasi awal bagi pelaku UMKM untuk memahami pentingnya tampilan digital yang profesional dalam menarik perhatian konsumen.

Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Website

Setelah *website* selesai dibangun dan siap ditampilkan kepada publik, kegiatan dilanjutkan dengan sesi sosialisasi dan pelatihan penggunaan *website* yang dilaksanakan secara langsung bersama anggota komunitas. Kegiatan ini (Gambar 2) berlangsung di Kantor Kelurahan Pacar Kembang dan dihadiri oleh puluhan pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha. Sosialisasi bertujuan untuk memperkenalkan fitur-fitur utama *website* dan menjelaskan manfaatnya dalam pengembangan usaha.

Pada sesi pelatihan, peserta dibimbing secara langsung untuk mengakses [website pakemhappy.com](http://pakemhappy.com), memahami menu-menu yang tersedia, serta mempelajari cara memperbarui informasi produk atau kegiatan melalui antarmuka pengelolaan WordPress. Pelatihan dilakukan secara praktis dan disesuaikan dengan tingkat literasi digital peserta. Peserta diajarkan untuk mengunggah gambar, menulis deskripsi produk, dan menjaga keamanan akun yang digunakan untuk login sebagai admin komunitas.

Sesi ini berlangsung secara interaktif, dengan banyak peserta menunjukkan antusiasme dan ketertarikan terhadap dunia digital. Beberapa peserta bahkan langsung mencoba mengakses dan membagikan *link website* melalui media sosial pribadi mereka. Selain memberikan pelatihan teknis, tim pelaksana juga menyampaikan pentingnya menjaga konsistensi dalam memperbarui konten *website* agar tetap menarik dan relevan bagi pengunjung. Perbandingan kondisi mitra pra-pasca kegiatan tampak pada Tabel 1.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Website

Tabel 1. Tabel Perbandingan Sebelum dan Sesudah adanya *website*

Sebelum ada <i>website</i>	Setelah ada <i>website</i>
Informasi yang dimiliki tidak menyebar ke banyak orang	Informasi yang dimiliki dengan cepat diketahui oleh orang dari berbagai wilayah yang mengunjungi <i>website</i>
Proses untuk dapat menghubungi UMKM tidak cepat.	Dapat langsung mengarahkan ke <i>contact</i> pemilik untuk <i>customer</i> yang ingin bertanya mengenai produk.
Tidak cepat mendapat balasan pesan	Cepat mendapat respon pesan karena <i>customer</i> yang mengirim pesan langsung pada nomor <i>whatsapp</i> UMKM
Masih dibuat dalam bentuk katalog	Mempunyai bentuk visual digital yang dapat diperlihatkan kepada <i>customer</i> mengenai produk yang dimiliki UMKM

Pembahasan

Profil UMKM Pakem Happy dikembangkan dalam bentuk *website* yang dirancang secara menarik dan informatif. Langkah ini mempermudah komunitas tersebut dalam memasuki dunia bisnis digital melalui *platform online*. Kehadiran profil perusahaan berbasis *web* menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi penting, sekaligus menarik minat calon pelanggan, mitra, dan *reseller* agar tertarik untuk mengenal lebih jauh UMKM Pakem Happy melalui situs tersebut.

Langkah untuk memperkenalkan dan mengembangkan *website* bagi komunitas UMKM Pakem Happy merupakan terobosan yang inovatif, karena menjadi langkah awal dalam membentuk identitas digital bersama yang

berakar pada nilai-nilai komunitas. *Website* ini tidak hanya difungsikan sebagai etalase daring, tetapi juga menjadi wadah kolaborasi antar anggota UMKM untuk berbagi informasi, menggali peluang, dan memasarkan produk secara kolektif. Inisiatif ini bertujuan menciptakan ekosistem digital yang mendorong kerja sama serta memperkuat koneksi antar pelaku usaha lokal.

Kegiatan pembuatan dan sosialisasi penggunaan *website* pakemhappy.com memberikan kontribusi nyata dalam mendukung proses transformasi digital di tingkat UMKM lokal, khususnya bagi komunitas Pakem Happy yang berada di Kelurahan Pacar Kembang, Kecamatan Tambaksari. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat, kegiatan ini memiliki makna strategis karena menysasar langsung pada dua aspek utama, yaitu penyediaan infrastruktur digital dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Melalui pendekatan tersebut, kegiatan ini mampu menjembatani kesenjangan antara kebutuhan digitalisasi dan keterbatasan literasi teknologi yang masih dihadapi oleh sebagian besar pelaku UMKM [9].

Dari sisi infrastruktur, hasil utama kegiatan ini yaitu *website* pakemhappy.com, telah menjadi tonggak awal kehadiran identitas digital kolektif bagi UMKM di wilayah tersebut. Dalam era di mana eksistensi *online* menjadi faktor penting dalam menentukan daya saing sebuah usaha, kehadiran *website* memberikan nilai tambah yang besar [10]. Tidak hanya sekedar sebagai etalase digital produk, *website* ini juga menjadi wadah untuk menyatukan profil usaha, cerita perjuangan pelaku UMKM, serta dokumentasi kegiatan komunitas. Hal ini memperkuat posisi komunitas sebagai satu kesatuan yang profesional, terorganisasi, dan siap menjalin koneksi dengan pasar maupun mitra yang lebih luas.

Dari sisi sumber daya manusia, kegiatan sosialisasi dan pelatihan menunjukkan bahwa pelaku UMKM, meskipun sebagian besar belum terbiasa dengan teknologi, dapat diarahkan dan diberdayakan secara bertahap melalui pendekatan yang tepat. Pelatihan literasi digital berbasis komunitas, seperti *workshop* interaktif dan pembelajaran langsung, terbukti mendorong keterampilan pemasaran digital dan rasa percaya diri pengguna UMKM yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan teknologi [11]. Pelatihan yang dilakukan secara langsung, praktis, dan interaktif terbukti mampu mendorong peserta untuk belajar dengan antusias. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa ini adalah pengalaman pertama mereka menggunakan *website* sebagai

alat bantu usaha. Ini menandakan adanya potensi besar di kalangan UMKM untuk berkembang melalui teknologi, selama mereka mendapatkan akses dan pendampingan yang sesuai dengan tingkat pemahaman mereka.

Kegiatan ini memberikan pembelajaran penting bahwa transformasi digital UMKM bukan hanya tentang menyediakan teknologi, tetapi juga tentang membangun *sense of ownership* terhadap teknologi tersebut [12]. Pengabdian masyarakat yang mengadopsi pendekatan partisipatif dan kolaboratif sangat penting untuk menumbuhkan rasa kepemilikan dan kapasitas kreatif di kalangan UMKM. Model keterlibatan aktif ini juga memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan dua arah, di mana para pelaku UMKM menjadi mitra dalam inovasi sosial-ekonomi berbasis teknologi [13].

Dengan melibatkan komunitas sejak tahap awal perencanaan hingga implementasi, para pelaku UMKM tidak merasa hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai bagian dari proses perubahan. Hal ini terlihat dari terbentuknya tim pengelola konten internal komunitas yang akan bertugas memperbarui informasi di *website* secara berkala. Adanya inisiatif internal ini menjadi indikator bahwa keberadaan *website* tidak berhenti sebagai proyek sementara, tetapi memiliki peluang berkelanjutan yang digerakkan dari dalam komunitas itu sendiri.

Dari perspektif sosial, kehadiran *website* ini juga berpotensi memperkuat jejaring antar pelaku UMKM, baik dalam komunitas maupun antarmasyarakat. *Website* tidak hanya menjadi ruang promosi, tetapi juga bisa dikembangkan menjadi media pertukaran informasi, kolaborasi usaha, serta ajang berbagi praktik baik di antara anggota. Hal ini sangat penting dalam membangun ekosistem usaha yang saling mendukung, berjejaring, dan adaptif terhadap perkembangan zaman [14].

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa penguatan ekonomi lokal berbasis teknologi informasi dapat dilakukan melalui pendekatan berbasis komunitas (*community-based approach*). Pendekatan *community-based digital transformation* terbukti meningkatkan keberdayaan pelaku UMKM melalui rasa kepemilikan, partisipasi aktif, dan kemampuan menjaga keberlanjutan teknologi yang diadopsi [15]. Komunitas seperti Pakem Happy yang telah terbiasa berjejaring secara langsung (*offline*), terbukti mampu beradaptasi dan menerima inovasi digital dengan baik apabila diberikan ruang dan pendampingan yang inklusif. Hal ini membuka peluang untuk mengadopsi pendekatan

an serupa di berbagai wilayah lain dengan karakteristik komunitas yang sejenis.

Sebagai bentuk tindak lanjut, disarankan agar komunitas terus menjaga keberlanjutan pemanfaatan *website* dengan memperbarui konten secara rutin dan konsisten. Pelatihan tambahan juga diperlukan untuk memperdalam kemampuan anggota dalam strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan analisis performa daring. Selain itu, keberhasilan program ini dapat dijadikan model replikasi bagi komunitas UMKM lain yang memiliki semangat kolaboratif dan keterbukaan terhadap teknologi. Dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, akademisi, dan swasta sangat penting dalam menciptakan ekosistem digital yang memberdayakan UMKM secara luas dan merata.

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui pembuatan dan pelatihan penggunaan *website* untuk Komunitas UMKM Pakem Happy menunjukkan bahwa transformasi digital dapat diwujudkan secara inklusif dan berkelanjutan melalui pendekatan berbasis komunitas. *Website* pakemhappy.com berhasil menjadi sarana promosi, informasi, serta kolaborasi yang mendukung eksistensi dan perkembangan usaha para anggota komunitas. Pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga membangun rasa percaya diri serta kepemilikan terhadap teknologi yang diadopsi. Kegiatan ini memberikan gambaran bahwa dengan dukungan yang tepat, pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan era digital secara aktif dan mandiri.

PENGHARGAAN

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang turut serta berkontribusi memberikan masukan dan dukungan kepada penulis selama kegiatan dan penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Haleem, M. Javid, M. A. Qadri and R. Suman, "Understanding the role of digital technologies in education: A review," *Sustainable Operations and Computers*, vol. 3, pp. 275-285, 2022.
- [2] A. Josi, "Implementasi Framwork Bootstrap Pada Website Stmik Prabumulih," *Jurnal Mantik Penusa*, vol. 20, no. 1, 2016.
- [3] W. Jonathan and S. Lestari, "Sistem Informasi Ukm Berbasis Website Pada Desa Sumber Jaya," *Jurnal Informatics and Businnes Institute Darmajaya*, vol. 01, no. 1, 2015.
- [4] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani and R. N. Latifah, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, vol. 2, no. 1, 2024.
- [5] A. M. A. Ausat, E. S. Astuti and W. Wilopo, "Analisis Faktor Yang Berpengaruh Pada Adopsi E-commerce Dan Dampaknya Bagi Kinerja UKM Di Kabupaten Subang," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, vol. 9, no. 2, pp. 333-346, 2022.
- [6] S. Davella, Y. Yohanes and N. Rachmat, "Pelatihan Pembuatan Website Sekolah Menggunakan WordPress Untuk Guru TIK SMA Negeri 17 Palembang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 4, no. 2, 2021.
- [7] D. S. H, *Kembangkan Layar Arungi Asa : Strategi Marketing untuk UMKM*, PT Mandiri Insan Cendekia, 2020.
- [8] N. S. Bahar, M. R. A. H. and A. P. , "Rancang Bangun Website E-Commerce Berbasis Wordpress Pada UMKM A.I Sweet Kota Balikpapan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Terpadu*, vol. 1, no. 1, 2024.
- [9] A. A. Novita, R. E. Wismanu and L. E. Wahyudi, "Improving MSMEs with digital business-based community empowerment model in Pangandaran Region, Indonesia: a system dynamics perspective.," *Journal of Socioeconomics and Development*, vol. 6, no. 2, pp. 161-171, 2023.
- [10] M. Ningsih, O. M. A. Farhan and A. Agit, "Membangun Daya Tarik dan Daya Saing Usaha Melalui Maksimalisasi Teknologi Bisnis," *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, vol. 4, pp. 466-475, 2025.
- [11] T. Trisninawati and D. Sartika, "Digital literacy model to improve the marketing skills of micro, small, and medium enterprises women with a community-based educational approach," *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, vol. 10, no. 2, 2024.
- [12] E. D. Astuti and R. R. , "Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia," *Jurnal*

Penelitian Bisnis dan Manajemen, vol. 2, no. 4, pp. 119-134, 2024.

- [13] S. Sutrisno, A. Junaidi and S. , "Technology-Based Socio-Economic Transformation: The Role of Community Service in Enhancing Marketing Human Resources Quality in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)," *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (Tirakat)*, vol. 2, no. 2, pp. 301-313, 2025.
- [14] S. Fatimah, W. Wibowo, N. R. Irfaniah, R. A. Harahap and N. A. Panggabean, "Local

Digital Ecosystem: Peran Komunitas Digital dalam Mendorong Bisnis Kreatif Daerah," *Jurnal Manajemen Informatika dan Bisnis Digital*, vol. 4, no. 1, pp. 127-136, 2025.

- [15] B. D. Kamariani, N. F. E. Asbarini, M. Ulyani and A. C. Rahman, "Pemberdayaan Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM," *Safari : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 5, no. 3, pp. 132-145, 2025.