

DIGITALISASI LAYANAN INFORMASI DESA MELALUI PENGEMBANGAN *WEBSITE* UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI UMKM DAN POTENSI WISATA DESA KOTA GURING

Sri Rahayu¹, Helmita², Rizki Mupty Pratama³, Rika Febri Sasmita⁴,
Doni Ramadhan⁵, Dian Herlambang⁶

^{1,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IIB Darmajaya

²Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

^{4,5}Fakultas Ilmu Komputer, IIB Darmajaya

⁶Fakultas Hukum, Universitas Mitra Indonesia

E-mail: ¹srirahayu@darmajaya.ac.id, ²riskimupty11@darmajaya.ac.id,
³mitahelmita@umitra.ac.id, ⁴rikafebrisasmita@darmajaya.ac.id,
⁵doniramadhan1115@gmail.com, ⁶dianherlambang@umitra.ac.id

Article Info

Abstract

ARTICLE HISTORY

Received:

18/11/2025

Reviewed:

01/12/2025

Revised:

11/12/2025

Accepted:

10/01/2026

DOI:

10.54840/widharma.v5i01.479

Kota Guring Village possesses diverse economic and tourism potential, yet faces challenges in promoting its assets due to limited access to digital media. This community service program aims to support the digital transformation of village information services through the development of a website using the Google Sites platform. The objective is to enhance the visibility of local MSMEs and tourism destinations. The implementation involved five stages: (1) coordination and needs assessment with village officials; (2) data collection on four MSMEs (Dapoer Akmal, Kopi Lampung, Virgin Coconut Oil, and Jamil Donuts Kalianda) and two tourism sites (Guring Beach and Way Guyuran); (3) website structure and content design; (4) website development and optimization; and (5) training for village staff on website management. The resulting website features a village profile, MSME catalog with contact information, tourism gallery, and a communication form. It provides 24/7 access to village information, offers free digital promotion for MSME actors, and increases the visibility of local tourism to potential visitors. This initiative contributes to sustainable village development by integrating information technology into public service delivery and economic empowerment.

Keywords: *Village Digitalization, Village Website, MSME Promotion, Rural Tourism, Google Sites*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 telah mendorong perubahan paradigma dalam komunikasi dan penyebaran informasi di berbagai sektor, termasuk pemerintahan desa. Digitalisasi menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan efisiensi pelayanan publik, transparansi tata kelola, serta

pengembangan ekonomi lokal (Wibowo et al., 2021). Dalam konteks desa, digitalisasi layanan informasi bukan sekadar mengikuti tren teknologi, melainkan solusi konkret untuk mengatasi keterbatasan akses informasi dan memperluas jangkauan promosi potensi desa secara berkelanjutan.

Desa Kota Guring, yang terletak di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, memiliki karakteristik geografis yang strategis dan potensi lokal yang melimpah, seperti destinasi wisata alam (Pantai Guring dan Way Guyuran) serta produk ekonomi dari sektor UMKM. Namun, potensi tersebut belum terkelola dan terpublikasikan secara optimal akibat minimnya media informasi digital yang dapat diakses oleh masyarakat luas maupun wisatawan. Sektor UMKM di Desa Kota Guring merupakan tulang punggung ekonomi lokal, dengan produk unggulan seperti kuliner, kopi, olahan kelapa, dan *bakery*. Berdasarkan data tahun 2025, terdapat lebih dari sepuluh unit usaha aktif, namun jangkauan pasarnya masih terbatas secara geografis karena belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Hal ini berdampak pada stagnasi pertumbuhan usaha dan rendahnya pendapatan pelaku UMKM.

Di sisi lain, potensi wisata desa belum dikenal secara luas oleh wisatawan luar daerah. Tidak tersedianya *platform* informasi yang komprehensif menyebabkan kesulitan dalam mengakses data lokasi, fasilitas, dan daya tarik wisata. Padahal, sektor pariwisata memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa. Pengabdian Masyarakat (PKM) sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dalam menyelesaikan persoalan nyata di masyarakat. Melalui program ini, dosen beserta mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dan Universitas Mitra Indonesia berinisiatif mengembangkan solusi digital berupa *website* desa berbasis *Google Sites*.

Pemilihan *Google Sites* sebagai platform didasarkan pada keunggulan teknis dan strategis, yaitu kemudahan penggunaan tanpa keahlian pemrograman, integrasi dengan ekosistem *Google*, ketersediaan *template* responsif, serta bebas biaya *hosting* dan domain (H. Saputra, 2022). *Website* ini dirancang tidak hanya sebagai media informasi statis, tetapi juga sebagai *platform* dinamis untuk promosi UMKM, publikasi wisata, dan komunikasi dua arah antara pemerintah desa dan masyarakat. Dengan demikian, digitalisasi layanan informasi melalui pengembangan *website* desa diharapkan menjadi katalis transformasi digital yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat, pemberdayaan ekonomi lokal, dan akselerasi pembangunan desa berbasis teknologi informasi.

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan sejak 21 Juli 2025 serta diskusi mendalam dengan pemerintah Desa Kota Guring dan para pemangku kepentingan, teridentifikasi lima permasalahan utama yang saling berkaitan dan menjadi hambatan dalam pengembangan desa. Pertama, keterbatasan akses informasi publik menjadi isu mendasar. Informasi penting seperti profil desa, struktur pemerintahan, program kerja, dan layanan administratif hanya tersedia melalui kunjungan langsung ke kantor desa, yang beroperasi pada jam kerja terbatas. Ketiadaan platform digital menyebabkan diseminasi informasi berjalan lambat dan tidak efisien, sehingga partisipasi masyarakat dalam program desa menjadi rendah. Kedua, promosi UMKM lokal masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media digital. Pelaku usaha seperti Dapoer Akmal, Kopi Lampung, *Virgin Coconut Oil*, dan Jamil *Donuts* Kalianda belum memiliki akses promosi daring yang memadai, sehingga jangkauan pasar terbatas dan pertumbuhan usaha stagnan. Ketiga, potensi wisata seperti Pantai Guring dan Way Guyuran belum dikenal luas karena minimnya informasi digital yang menarik dan mudah diakses. Keempat, belum tersedia platform komunikasi digital yang memungkinkan interaksi dua arah antara pemerintah desa dan masyarakat, sehingga aspirasi dan keluhan sulit tersampaikan secara efektif. Kelima, aparatur desa memiliki keterbatasan literasi digital dalam pengelolaan teknologi informasi, sehingga diperlukan pelatihan dan pendampingan agar mereka mampu mengelola platform digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Implementasi digitalisasi layanan informasi desa melalui pengembangan *website* di Desa Kota Guring menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi secara strategis agar program dapat berjalan efektif dan berkelanjutan. Tantangan pertama adalah keterbatasan infrastruktur teknologi informasi. Meskipun desa telah memiliki akses internet, kecepatan dan stabilitas koneksi masih belum optimal di beberapa wilayah, terutama di area yang jauh dari pusat desa. Kondisi ini berpotensi menghambat akses masyarakat terhadap *website* dan menyulitkan aparatur desa dalam melakukan pembaruan konten. Solusi yang diterapkan adalah mengoptimalkan ukuran *file* dan desain konten agar tetap ringan dan mudah diakses, serta memberikan rekomendasi kepada pemerintah desa untuk meningkatkan kualitas infrastruktur internet sebagai investasi jangka panjang. Tantangan kedua adalah *heterogenitas* literasi digital masyarakat dan aparatur desa. Tidak semua warga, khususnya generasi lanjut usia, familiar dengan penggunaan internet dan *website*. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan sosialisasi mengenai manfaat *website* desa serta penyediaan panduan akses yang sederhana. Aparatur desa juga diberikan pelatihan bertahap, mulai dari pengenalan dasar *Google Sites* hingga praktik pengelolaan konten sesuai dengan kapasitas masing-masing. Tantangan ketiga menyangkut keakuratan dan kekinian data yang dipublikasikan. Data yang tidak valid atau usang dapat menurunkan kredibilitas *website* dan kepercayaan publik. Oleh karena itu, disusun prosedur operasional standar (SOP) untuk pengelolaan konten dan jadwal pembaruan informasi secara berkala, disesuaikan dengan kemampuan sumber daya manusia desa. Tantangan keempat adalah keberlanjutan pengelolaan *website* pasca program PKPM. Risiko *website* menjadi tidak terawat dapat terjadi jika tidak ada pengelola yang konsisten. Untuk itu, dilakukan penunjukan formal operator *website* desa, dilengkapi dengan panduan tertulis yang mudah dipahami, serta dibuka saluran konsultasi teknis melalui *WhatsApp Group* sebagai dukungan pasca-program. Tantangan kelima adalah resistensi *mindset* masyarakat dan pelaku UMKM terhadap pemanfaatan *platform* digital. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan promosi konvensional dan merasa asing dengan teknologi digital. Pendekatan yang dilakukan adalah edukasi berbasis manfaat konkret, penyajian studi kasus sukses, serta pendampingan promosi perdana melalui *website* desa. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan minat dan partisipasi pelaku UMKM terhadap pemasaran digital.

Merespons kompleksitas permasalahan yang dihadapi Desa Kota Guring, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pengembangan *website* desa berbasis *Google Sites* sebagai instrumen utama digitalisasi layanan informasi. Pemilihan platform ini didasarkan pada pertimbangan strategis, yaitu kemudahan penggunaan tanpa memerlukan keahlian pemrograman, ketersediaan gratis tanpa biaya langganan, integrasi dengan ekosistem *Google (Drive, Forms, Maps, Analytics)*, responsivitas tampilan lintas perangkat, serta *hosting* yang aman dan bebas biaya (I. E. Saputra et al., 2022). Solusi ini dirancang secara holistik untuk menjawab lima isu utama yang telah teridentifikasi. Untuk mengatasi keterbatasan akses informasi publik, *website* dilengkapi dengan halaman profil desa yang menyajikan data geografis, demografis, struktur pemerintahan, dan visi-misi pembangunan secara komprehensif dan visual. Informasi ini disusun dalam *layout* yang ramah pengguna agar mudah diakses oleh masyarakat tanpa harus datang ke kantor desa.

Dalam menjawab minimnya promosi UMKM lokal, *website* menyediakan katalog digital melalui sub-menu “UMKM Lokal” yang memuat profil usaha, deskripsi produk, galeri foto berkualitas, informasi harga, dan kontak langsung dengan fitur *click-to-call* dan *click-to-chat*. Katalog ini memberikan legitimasi dan akses promosi 24/7, serta dapat dibagikan oleh pelaku usaha melalui media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Untuk meningkatkan *awareness* potensi wisata, *website* menghadirkan halaman “Destinasi Wisata” yang menampilkan Pantai Guring dan Way Guyuran dengan pendekatan visual dan naratif yang *engaging*. Konten meliputi galeri foto *golden hour*, *storytelling* daya tarik wisata, informasi akses, fasilitas, estimasi biaya, dan integrasi *Google Maps* untuk navigasi. Strategi ini bertujuan mengubah minat menjadi keputusan kunjungan wisata. Dalam memfasilitasi komunikasi digital, *website* dilengkapi dengan halaman “Kontak” yang menyediakan saluran komunikasi *multi-kanal*, termasuk alamat, nomor

telepon, *email*, dan formulir *Google Forms* yang *user-friendly*. Formulir ini memungkinkan masyarakat menyampaikan aspirasi secara langsung dan cepat, serta meningkatkan partisipasi publik dalam pemerintahan desa.

Untuk memastikan keberlanjutan program, dilakukan *transfer knowledge* melalui pelatihan bertahap operator *website* desa. Materi pelatihan mencakup pengelolaan konten, integrasi fitur *Google*, dan *troubleshooting* teknis sederhana dengan pendekatan *learning by doing*. Disediakan pula *manual book* bergambar sebagai referensi mandiri, serta dibentuk *WhatsApp Group* untuk konsultasi teknis pasca-program. Dengan pendekatan ini, *website* desa diharapkan dapat dikelola secara mandiri dan berkelanjutan oleh aparatur desa. Analisis kebutuhan dilakukan secara komprehensif untuk memastikan bahwa pengembangan *website* Desa Kota Guring benar-benar menjawab permasalahan mitra dan sesuai dengan konteks lokal. Proses analisis menggunakan pendekatan triangulasi metode, meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam dengan *stakeholder* desa, studi dokumentasi, dan *workshop* partisipatif yang melibatkan aparatur desa serta pelaku UMKM. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali kebutuhan *fungsional*, *non-fungsional*, konten, dan infrastruktur secara menyeluruh.

Dari sisi kebutuhan fungsional, teridentifikasi empat komponen utama. Pertama, kebutuhan akan penyajian informasi profil desa secara lengkap dan terstruktur, mencakup data geografis, demografis, struktur pemerintahan, sejarah desa, serta visi dan misi pembangunan. Informasi ini harus disajikan dalam format yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, didukung dengan elemen visual seperti diagram dan infografis. Kedua, kebutuhan akan fitur katalog UMKM sebagai *marketplace* digital. Pelaku usaha seperti Dapoer Akmal, Kopi Lampung, *Virgin Coconut Oil*, dan Jamil *Donuts* Kalianda membutuhkan profil digital yang profesional, mencakup foto produk berkualitas tinggi, deskripsi produk yang informatif, harga transparan, dan kontak langsung melalui *WhatsApp*. Ketiga, kebutuhan publikasi destinasi wisata seperti Pantai Guring dan Way Guyuran, dengan konten visual dan naratif yang *engaging*, informasi akses, fasilitas, estimasi biaya, dan tips kunjungan. Keempat, kebutuhan komunikasi dua arah melalui formulir kontak *online* yang mudah digunakan, dilengkapi sistem notifikasi dan arsip pesan untuk memudahkan tindak lanjut dan evaluasi. Kebutuhan non-fungsional mencakup empat aspek penting. Pertama, kemudahan penggunaan (*usability*) bagi pengunjung dan pengelola, dengan navigasi intuitif dan *interface* yang bersih. Kedua, responsivitas dan aksesibilitas, memastikan *website* dapat diakses optimal dari berbagai perangkat dan koneksi internet terbatas, serta ramah bagi pengguna dengan keterbatasan visual. Ketiga, keamanan dan privasi data, melalui enkripsi SSL, proteksi *spam*, dan *backup* berkala. Keempat, keberlanjutan dan *maintainability*, dengan struktur *website* yang logis, dokumentasi pengelolaan yang lengkap, dan mekanisme *troubleshooting* yang mudah.

Dari sisi konten, diperlukan penyajian informasi yang relevan dan menarik. Untuk profil desa, konten harus informatif namun ringkas, didukung foto dokumentasi. Untuk UMKM, foto produk harus diambil dengan pencahayaan profesional, deskripsi produk harus persuasif dan faktual, serta kontak harus akurat dan *ter-update*. Untuk wisata, diperlukan foto panorama, dokumentasi fasilitas, dan narasi deskriptif yang membangkitkan minat kunjungan. Bahasa yang digunakan harus sesuai dengan target audiens, yaitu komunikatif, sopan, dan tidak terlalu formal. Analisis juga mencakup kebutuhan infrastruktur teknis, seperti akses internet yang stabil di kantor desa, perangkat komputer atau laptop yang memadai, *email resmi* desa untuk notifikasi, serta akun *Google Workspace* atau *Google Account* untuk pengelolaan *Google Sites*. Berdasarkan hasil analisis ini, disusun spesifikasi *website* yang mencakup struktur informasi, fitur utama, desain *interface*, dan *roadmap* pengembangan sebagai acuan dalam proses implementasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan digitalisasi layanan informasi Desa Kota Guring melalui pengembangan *website* berbasis *Google Sites* yang komprehensif dan mudah digunakan. *Website* ini dirancang sebagai solusi strategis untuk meningkatkan efisiensi penyebaran informasi publik, memperluas promosi potensi lokal,

dan memperkuat komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat. Secara khusus, tujuan kegiatan ini meliputi beberapa hal sebagai berikut.

1. Mengembangkan *website* desa yang menyajikan informasi profil, struktur pemerintahan, visi-misi, dan program kerja secara terstruktur dan mudah diakses.
2. Menyediakan platform digital untuk promosi produk UMKM lokal melalui fitur katalog yang mencakup deskripsi produk, harga, dan kontak langsung.
3. Meningkatkan visibilitas destinasi wisata desa melalui publikasi konten visual dan naratif yang menarik serta informatif.
4. Memfasilitasi komunikasi dua arah antara masyarakat dan pemerintah desa melalui fitur formulir kontak yang responsif.
5. Meningkatkan kapasitas digital aparatur desa melalui pelatihan pengelolaan *website* agar program dapat berkelanjutan secara mandiri.

Adapun manfaat dari kegiatan ini dirasakan oleh berbagai pihak sebagai berikut.

1. Pemerintah Desa dapat memperoleh *platform* digital resmi untuk publikasi informasi, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta mempermudah layanan informasi secara *real-time*.
2. Pelaku UMKM mendapatkan media promosi gratis yang dapat diakses 24/7, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kredibilitas usaha, dan membuka peluang jejaring bisnis.
3. Sektor pariwisata memperoleh peningkatan *awareness* destinasi wisata, kemudahan akses informasi bagi wisatawan, serta peningkatan daya saing dan jumlah kunjungan.
4. Masyarakat desa merasakan kemudahan akses informasi, memperoleh referensi produk lokal dan destinasi wisata, serta memiliki saluran komunikasi yang lebih efisien dengan pemerintah desa.
5. Dosen dan mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu sistem informasi dalam konteks nyata, mengembangkan *soft skills*, dan memahami tantangan implementasi teknologi di tingkat desa.
6. Perguruan Tinggi melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, membangun kemitraan strategis dengan desa, meningkatkan reputasi institusi, dan menyediakan model praktik digitalisasi desa yang dapat direplikasi di lokasi lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Digitalisasi desa merupakan bagian dari transformasi tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik berbasis teknologi informasi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa. (Mumtaz & Karmilah, 2022) menjelaskan bahwa digitalisasi desa mencakup pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mendukung administrasi pemerintahan, penyediaan layanan publik, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Proses ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memerlukan pendekatan sosial dan kelembagaan yang adaptif terhadap karakteristik lokal. Menurut keberhasilan digitalisasi desa sangat dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur, kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan kebijakan dari pemerintah daerah. Desa yang memiliki akses internet yang stabil, perangkat teknologi yang memadai, dan aparatur yang melek digital cenderung lebih siap dalam mengadopsi sistem digital. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat dalam proses digitalisasi menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan (Prasetyo & Sutopo, 2020).

Dalam konteks promosi potensi lokal, digitalisasi desa juga berperan sebagai media strategis untuk memperluas jangkauan informasi mengenai produk UMKM dan destinasi wisata. Studi oleh (Fadllullah et al., 2023) menunjukkan bahwa *website* desa yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan visibilitas produk lokal dan menarik minat wisatawan melalui penyajian konten visual dan naratif yang menarik. Hal ini sejalan dengan temuan (Sari et al., 2023) yang

menekankan pentingnya digital *branding* dalam pengembangan ekonomi desa berbasis potensi lokal. Namun demikian, tantangan dalam implementasi digitalisasi desa masih cukup signifikan. Keterbatasan literasi digital, minimnya anggaran, serta kurangnya pendampingan teknis menjadi hambatan utama yang sering dijumpai di lapangan (FH et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan model intervensi yang tidak hanya berfokus pada pembangunan infrastruktur digital, tetapi juga pada peningkatan kapasitas SDM dan penguatan kelembagaan desa. Dengan demikian, digitalisasi desa bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan proses transformasi sosial yang menuntut kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, akademisi, dan sektor swasta untuk menciptakan tata kelola desa yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Sistem informasi desa merupakan sistem terintegrasi yang dirancang untuk mengelola data dan informasi desa secara sistematis guna mendukung pengambilan keputusan, pelayanan publik, dan promosi potensi lokal. Sistem ini berfungsi sebagai instrumen digital yang memperkuat tata kelola pemerintahan desa dan meningkatkan efisiensi komunikasi antar pemangku kepentingan. (Hardini Novianti et al., 2023) menekankan bahwa sistem informasi desa berbasis *web* memiliki keunggulan dalam hal aksesibilitas, kemudahan pembaruan data, serta jangkauan informasi yang luas. *Website* desa berperan sebagai portal informasi yang menghubungkan pemerintah desa dengan masyarakat dan pihak eksternal, sekaligus menjadi media transparansi dan partisipasi publik dalam pembangunan desa. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor vital dalam struktur ekonomi desa yang membutuhkan dukungan promosi untuk meningkatkan daya saing. Dalam era digital, promosi melalui *website* menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. (Hartana, 2022) menyatakan bahwa digitalisasi promosi UMKM melalui *website* dapat meningkatkan penjualan dan memberikan peluang bersaing secara lebih adil dengan pelaku usaha skala besar. Platform digital memungkinkan penyajian informasi produk yang lengkap, mudah diakses, dan dapat diperbarui secara berkala sesuai kebutuhan pasar.

Pemasaran destinasi wisata melalui media digital telah menjadi pendekatan utama dalam industri pariwisata modern. *Website* desa yang menyajikan informasi wisata secara visual dan naratif dapat membantu calon wisatawan dalam mengenal destinasi, merencanakan kunjungan, dan membuat keputusan perjalanan. (Primasari & Wibisono, 2021) menekankan bahwa konten visual seperti foto dan video berkualitas tinggi merupakan elemen penting dalam menarik minat wisatawan. Penyajian informasi yang *engaging* dan informatif dapat meningkatkan daya tarik wisata desa dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata.

Google Sites merupakan layanan pembuatan *website* yang dikembangkan oleh *Google* dan dirancang untuk kemudahan penggunaan tanpa memerlukan keahlian teknis tingkat lanjut. (Al Azhar, 2022) mengemukakan bahwa *Google Sites* sangat cocok digunakan dalam pengembangan *website* desa karena sifatnya yang gratis, responsif, dan terintegrasi dengan layanan *Google* lainnya seperti *Drive*, *Forms*, dan *Maps*. *Platform* ini juga mendukung kolaborasi tim dalam pengelolaan konten serta menyediakan keamanan data yang memadai, sehingga relevan untuk digunakan oleh aparatur desa dengan kapasitas teknis yang terbatas.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama 30 hari, mulai dari 21 Juli hingga 20 Agustus 2025, berlokasi di Desa Kota Guring, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas, yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Empat teknik utama digunakan dalam pelaksanaan program. Pertama, observasi dan studi lapangan dilakukan sejak hari pertama untuk memahami kondisi geografis, aktivitas ekonomi, dan potensi lokal desa, termasuk kunjungan langsung ke UMKM dan destinasi wisata sebagai dasar penyusunan konten *website*. Kedua, wawancara mendalam dilakukan dengan pemerintah desa, pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan

pengunjung wisata untuk menggali data kualitatif mengenai kebutuhan informasi, strategi promosi, dan harapan terhadap sistem digital yang dikembangkan. Ketiga, dokumentasi visual dilakukan secara profesional untuk menghasilkan konten foto dan video berkualitas tinggi yang mendukung daya tarik *website*, mencakup produk UMKM dan keindahan destinasi wisata. Keempat, metode desain partisipatif diterapkan melalui *workshop* bersama mitra untuk merancang struktur *website*, menentukan menu dan jenis informasi yang relevan, serta memastikan keterlibatan aktif pengguna akhir dalam proses pengembangan. Sasaran kegiatan meliputi lima kelompok utama: pemerintah desa, pelaku UMKM lokal, pengelola destinasi wisata, masyarakat desa, dan pihak eksternal seperti wisatawan dan mitra potensial. Mahasiswa tinggal di posko desa untuk mempermudah koordinasi dan memahami kebutuhan lokal secara langsung. *Monitoring* dilakukan oleh Dosen Pembimbing Lapangan pada pertengahan program untuk memastikan pelaksanaan berjalan sesuai rencana dan memberikan umpan balik untuk perbaikan.

Selain teknik pengumpulan data dan desain partisipatif, pelaksanaan kegiatan juga mencakup tahapan pengembangan sistem informasi desa berbasis *Google Sites*. Proses ini dimulai dengan penyusunan struktur informasi berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dilanjutkan dengan perancangan tampilan dan navigasi *website* yang sederhana namun fungsional. Konten *website* disusun secara tematik, meliputi profil desa, katalog UMKM, informasi destinasi wisata, dan fitur kontak. Pengembangan dilakukan secara bertahap dengan melibatkan mitra dalam proses validasi konten dan uji coba tampilan. *Website* dirancang agar dapat diakses dengan baik melalui perangkat mobile maupun desktop, serta dioptimalkan untuk koneksi internet terbatas yang umum di wilayah pedesaan. Seluruh proses pengembangan dilakukan secara kolaboratif agar mitra memahami alur kerja dan dapat melakukan pembaruan konten secara mandiri.

Tahapan akhir dari metode pelaksanaan adalah pelatihan dan transfer pengetahuan kepada aparatur desa yang ditunjuk sebagai operator *website*. Pelatihan dilakukan secara langsung di balai desa dengan pendekatan praktik langsung (*learning by doing*), mencakup pengenalan antarmuka *Google Sites*, cara menambah dan mengedit halaman, mengunggah konten visual, serta mengintegrasikan fitur *Google Forms* dan *Maps*. Materi pelatihan disesuaikan dengan tingkat literasi digital peserta dan dilengkapi dengan panduan tertulis yang mudah dipahami. Untuk memastikan keberlanjutan, dibentuk grup komunikasi melalui *WhatsApp* sebagai saluran konsultasi teknis pasca-program. Dengan pendekatan ini, diharapkan aparatur desa memiliki kapasitas untuk mengelola *website* secara mandiri dan menjadikannya sebagai media informasi dan promosi yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kota Guring menghasilkan sebuah *website* informasi desa yang komprehensif, fungsional, dan responsif, yang telah diluncurkan secara resmi pada tanggal 15 Agustus 2025. *Website* ini dibangun menggunakan *platform Google Sites* dan dapat diakses publik melalui koneksi internet. Penyerahan *website* dilakukan dalam acara khusus yang dihadiri oleh pemerintah desa, pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan warga desa, disertai demonstrasi fitur-fitur utama yang mendapat sambutan antusias dari peserta. *Website* Desa Kota Guring terdiri dari empat menu utama, yaitu Beranda, Profil Desa, Potensi Desa, dan Kontak. Halaman Beranda dirancang sebagai pintu masuk utama yang menampilkan *hero banner* panorama desa, sambutan Kepala Desa, *highlight* UMKM dan destinasi wisata, serta navigasi cepat ke halaman penting. Menu Profil Desa terdiri dari dua sub halaman, yaitu Informasi Desa dan Visi-Misi. Informasi Desa menyajikan data geografis, demografi, struktur pemerintahan, dan sejarah desa dalam format visual dan naratif yang *engaging*. Visi-Misi menampilkan arah pembangunan desa secara inspiratif dan aplikatif, dilengkapi dengan program kerja dan capaian pembangunan.

Menu Potensi Desa menjadi fitur unggulan yang menampilkan katalog UMKM dan destinasi wisata. Empat UMKM lokal yang didokumentasikan secara mendalam adalah Dapoer Akmal, Kopi Lampung, *Virgin Coconut Oil*, dan Jamil *Donuts* Kalianda. Masing-masing profil UMKM menyajikan informasi sejarah usaha, produk unggulan, harga, keunggulan kompetitif, dokumentasi visual, dan kontak langsung melalui *WhatsApp*. Pendataan dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi foto-video, menghasilkan konten yang autentik dan menarik. Produk *Virgin Coconut Oil*, misalnya, diproses dengan metode *cold pressed* tradisional dan dikemas dalam botol kaca bening untuk menunjukkan kualitas. Sementara Jamil *Donuts* Kalianda didokumentasikan dalam video produksi yang menunjukkan profesionalitas dan *higienitas* proses *bakery*.

Destinasi wisata yang dipublikasikan meliputi Pantai Guring dan Way Guyuran. Pantai Guring menawarkan panorama pasir putih, ombak tenang, dan *sunset* yang spektakuler, dengan fasilitas pendukung seperti warung *seafood*, *toilet*, dan *mushola*. Way Guyuran merupakan sumber mata air alami yang dikelilingi pepohonan rindang, cocok untuk wisata keluarga, piknik, dan relaksasi. Dokumentasi visual dilakukan secara profesional, mencakup berbagai *angle* dan waktu kunjungan, serta dilengkapi tips berkunjung yang praktis. Kedua destinasi ditampilkan dalam *format card-based design* dengan halaman detail yang memuat galeri foto, deskripsi, akses lokasi, fasilitas, aktivitas, dan estimasi biaya. Tahap perancangan *website* dilakukan dengan pendekatan desain partisipatif, melibatkan mitra dalam penyusunan struktur informasi, konten, dan alur navigasi. Konten ditulis dengan prinsip *clarity*, *consistency*, *conciseness*, *credibility*, dan *call-to-action*. Bahasa yang digunakan komunikatif dan mudah dipahami, dengan format penulisan yang konsisten dan informasi yang padat. Desain antarmuka menggunakan palet warna yang merepresentasikan karakter desa, tipografi yang *readable*, *layout* responsif, dan strategi *imagery* yang dioptimasi untuk kecepatan *loading*. *Wireframing* dan *prototyping* dilakukan untuk setiap halaman kunci, disertai *user testing* yang melibatkan aparatur desa, pelaku UMKM, masyarakat umum, dan pengunjung eksternal simulatif. *Feedback* dikategorisasi dan dijadikan dasar perbaikan sebelum peluncuran.

Tahap pengembangan *website* dilakukan pada 8-15 Agustus 2025, dimulai dengan *setup Google Sites* menggunakan akun resmi desa. *Template* dasar dikustomisasi sesuai spesifikasi desain, mencakup warna, fotografi, *layout*, *header*, dan *footer*. Struktur halaman dibangun sesuai arsitektur informasi, dengan konfigurasi navigasi yang *user-friendly*. Konten teks dan media dimasukkan secara sistematis, gambar diberi *alt text* untuk *SEO* dan aksesibilitas, *video di-embed* dari *YouTube* atau *Google Drive*, dan formulir kontak dibuat menggunakan *Google Forms* dengan konfigurasi validasi dan notifikasi otomatis. Semua data didokumentasikan dan di-*backup* secara aman untuk keberlanjutan pengelolaan. Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi informasi desa dapat dilakukan secara efektif dengan pendekatan partisipatif dan teknologi yang ramah pengguna. *Website* yang dikembangkan tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga instrumen pemberdayaan ekonomi dan promosi wisata. Keterlibatan aktif mitra dalam proses pengembangan meningkatkan rasa kepemilikan dan kapasitas pengelolaan mandiri. *Website* ini menjadi model praktik baik digitalisasi desa yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini adalah tingginya tingkat keterlibatan mitra dalam seluruh tahapan pelaksanaan. Pemerintah desa, pelaku UMKM, pengelola wisata, dan masyarakat umum tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai kontributor aktif dalam proses perencanaan, pengumpulan data, validasi konten, dan uji coba *website*. Pendekatan partisipatif yang diterapkan terbukti efektif dalam membangun rasa kepemilikan terhadap sistem informasi desa yang dikembangkan. Aparatur desa menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti pelatihan pengelolaan *website*, dengan peningkatan signifikan dalam literasi digital dan kemampuan teknis dasar seperti mengedit konten, mengunggah foto, dan memantau formulir kontak.

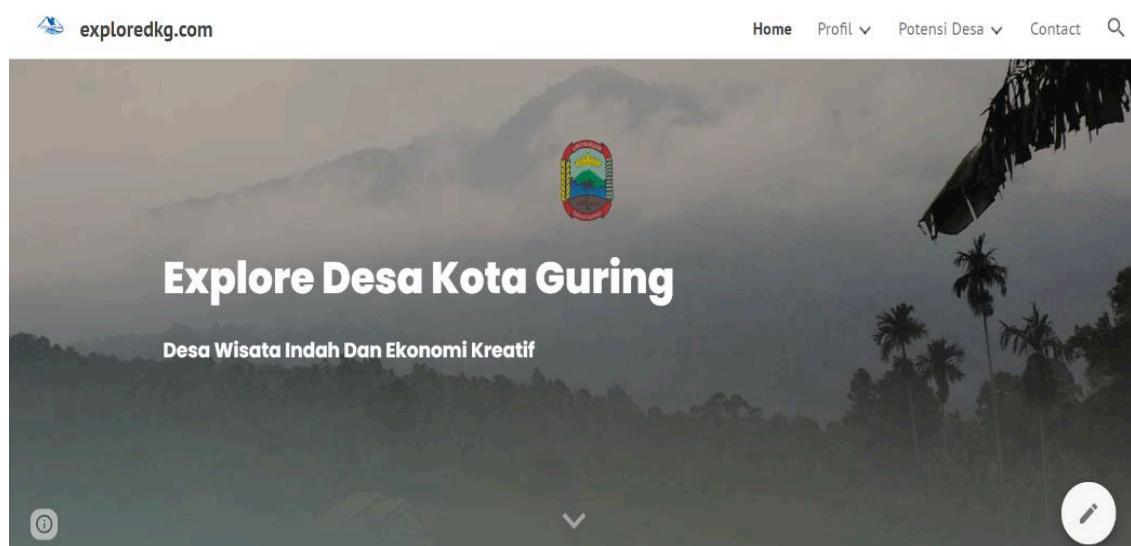
Dampak langsung dari pengembangan *website* mulai dirasakan oleh mitra, terutama pelaku UMKM. Setelah peluncuran *website*, beberapa UMKM melaporkan adanya peningkatan interaksi dari calon pembeli yang mengakses profil usaha melalui tautan *website*. Produk seperti *Virgin Coconut Oil* dan Kopi Lampung mulai mendapatkan permintaan dari luar wilayah desa, menunjukkan bahwa digitalisasi promosi memberikan efek perluasan pasar. Selain itu, dokumentasi visual yang profesional meningkatkan citra usaha dan memperkuat kepercayaan konsumen. Pemerintah desa juga menyampaikan bahwa *website* mempermudah penyebaran informasi program kerja dan kegiatan desa kepada masyarakat, mengurangi ketergantungan pada media cetak atau pengumuman lisan.

Website Desa Kota Guring tidak hanya berfungsi sebagai solusi lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk direplikasi di desa-desa lain dengan karakteristik serupa. Struktur informasi, pendekatan desain, dan metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini dapat dijadikan model praktik baik (*best practice*) digitalisasi desa berbasis komunitas. Dengan menggunakan *platform* gratis seperti *Google Sites*, desa-desa dengan keterbatasan anggaran dan sumber daya teknis tetap dapat membangun sistem informasi yang layak dan berdampak.

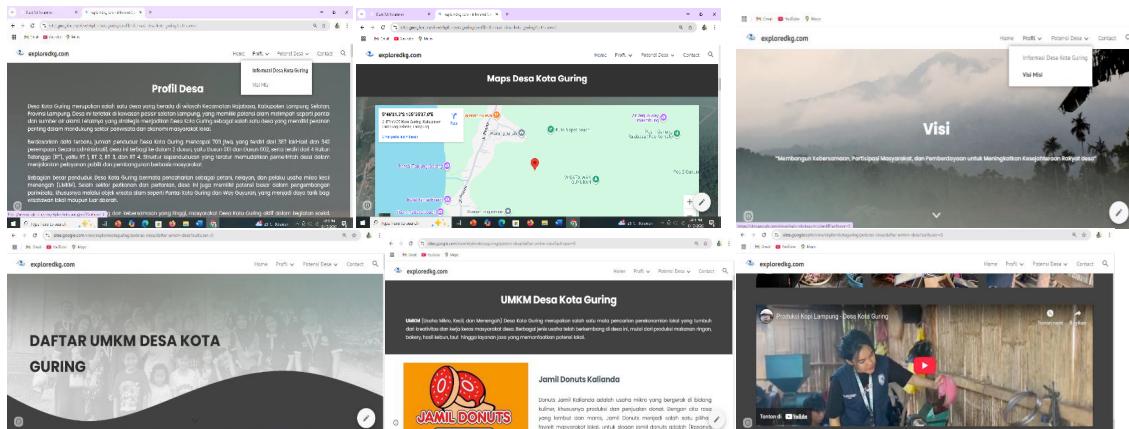
Untuk memastikan keberlanjutan, dilakukan transfer pengetahuan kepada aparatur desa melalui pelatihan langsung dan penyediaan panduan tertulis. Selain itu, dibentuk grup komunikasi digital sebagai saluran konsultasi teknis pasca-program. Pemerintah desa juga didorong untuk menetapkan operator *website* secara resmi dan menjadikan pengelolaan *website* sebagai bagian dari tugas rutin pelayanan publik. Dengan adanya sistem dokumentasi dan *backup* data yang terstruktur, *website* dapat terus diperbarui dan dikembangkan sesuai kebutuhan desa.



Gambar 1. Pelaksanaan Pendampingan *Website*



Gambar 2. Tampilan Halaman Beranda *Website* Desa Wisata



Gambar 3. Tampilan Halaman Potensi Desa (UMKM)

Dari sisi akademik, kegiatan ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu sistem informasi dalam konteks nyata, sekaligus mengembangkan *soft skills* seperti komunikasi, kolaborasi, dan manajemen proyek. Mahasiswa terlibat dalam seluruh proses mulai dari perancangan, pengembangan, hingga evaluasi sistem, menjadikan pengalaman ini sebagai laboratorium pembelajaran yang kontekstual dan bermakna. Dosen pembimbing berperan aktif dalam *monitoring* dan memberikan masukan strategis untuk penyempurnaan program. Bagi institusi perguruan tinggi, kegiatan ini merupakan wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam pengabdian kepada masyarakat. Kemitraan dengan pemerintah desa membuka peluang untuk program berkelanjutan, seperti pendampingan digitalisasi administrasi desa, pelatihan literasi digital masyarakat, dan pengembangan sistem informasi berbasis data desa. Kontribusi institusi dalam membangun ekosistem digital desa juga berpotensi meningkatkan reputasi akademik dan memperkuat posisi sebagai agen perubahan sosial berbasis teknologi.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Selatan memiliki peran penting dalam mendorong transformasi digital desa secara sistematis dan berkelanjutan. Untuk memperluas dampak positif dari pengembangan *website* desa seperti yang telah dilakukan di Desa Kota Guring, pemerintah daerah perlu menyediakan dukungan kebijakan dan sumber daya yang memadai, termasuk pedoman teknis, pendanaan awal, layanan hosting, dan bantuan teknis yang dapat diakses oleh desa-desa lain. Program peningkatan kapasitas aparatur desa dalam literasi digital, manajemen konten, dan pemasaran daring sebaiknya diselenggarakan secara terpusat agar lebih efisien dan berdampak luas. Promosi aktif terhadap *website* desa melalui kanal resmi pariwisata dan ekonomi daerah akan meningkatkan visibilitas potensi lokal dan menarik lebih banyak pengunjung maupun pembeli produk UMKM. Selain itu, pemberian penghargaan kepada desa dengan praktik digital terbaik dapat memotivasi inovasi dan menciptakan kompetisi positif antar desa. Dengan pendekatan yang terintegrasi antara kebijakan, pelatihan, promosi, dan insentif, pemerintah daerah dapat menjadi katalisator utama dalam membangun ekosistem desa digital yang inklusif, adaptif, dan berdaya saing tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat ini, beberapa saran dan rekomendasi diajukan untuk kegiatan serupa di masa mendatang, yaitu sebagai berikut.

1. Aktivasi kanal digital desa, pemerintah desa disarankan segera membuat dan mengelola akun media sosial resmi (*Facebook*, *Instagram*, *YouTube*) yang terintegrasi dengan

- website* untuk memperluas jangkauan informasi dan membangun interaksi digital yang konsisten.
2. Penerapan sistem *monitoring website* dengan penggunaan *Google Analytics* yang perlu diimplementasikan untuk memantau performa *website*, memahami perilaku pengunjung, dan mengarahkan strategi konten serta promosi secara berbasis data.
 3. Pelibatan aktif pelaku UMKM disarankan untuk menyelenggarakan forum diskusi atau lokakarya bersama pelaku UMKM guna menggali kebutuhan, tantangan, dan ide pengembangan fitur serta konten yang lebih relevan dan berdampak.
 4. Pengembangan versi *mobile* dengan pembuatan versi *mobile* atau *progressive web app* (PWA) dari *website* desa perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kenyamanan akses pengguna *smartphone* yang dominan di wilayah pedesaan.
 5. Transformasi ke *platform* transaksional, dalam jangka menengah, *website* desa dapat dikembangkan menjadi *marketplace digital* dengan sistem pembayaran dan manajemen pesanan terintegrasi untuk mendukung transaksi langsung produk UMKM.
 6. Pemanfaatan teknologi imersif dengan pengembangan tur *virtual* atau foto 360 derajat untuk destinasi wisata dapat memberikan pengalaman pratinjau yang menarik bagi calon wisatawan dan meningkatkan daya tarik digital desa.
 7. Penerapan sistem CRM dengan implementasi sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) akan membantu pengelolaan interaksi pelanggan secara lebih terorganisir, meningkatkan layanan, dan memperkuat loyalitas konsumen.
 8. Pembentukan tim konten digital desa, disarankan membentuk unit khusus dalam struktur pemerintahan desa yang bertanggung jawab atas produksi dan manajemen konten digital secara profesional dan berkelanjutan.
 9. Pengembangan konsep *smart village*, dalam jangka panjang, desa dapat mengintegrasikan teknologi digital dalam layanan administrasi, pemantauan lingkungan, sistem pembayaran, dan pengambilan keputusan berbasis data.
 10. Pendirian pusat inovasi digital desa dengan pembentukan *co-working space* dan pusat pelatihan keterampilan digital akan mendorong kewirausahaan digital, menarik talenta muda, dan memperkuat posisi desa sebagai pusat pengembangan teknologi lokal.
 11. Eksplorasi teknologi mutakhir, desa disarankan mulai mengeksplorasi teknologi seperti *augmented reality* (AR), *artificial intelligence* (AI), dan *blockchain* untuk memperkaya pengalaman wisata, meningkatkan efisiensi layanan, dan memperkuat transparansi rantai pasok produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Azhar, S. (2022). Pengembangan Website Berbasis Google Sites Dalam Mendukung Usaha Kelompok Peternak Nusantara. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(2).
- Fadllullah, A., Pradana, A., Harto, D., Rudy, Hudaiby Hanif, K., & Perangin Angin, N. H. (2023). Digitalisasi informasi dan promosi potensi desa melalui pengembangan website desa. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(3). <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i3.19413>
- FH, Y., Deskoni, D., & Firmansyah, F. (2024). Manajemen Pengelolaan Usaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya. *Jurnal Simki Economic*, 7(1). <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.531>
- Hardini Novianti, Yunika Hardiyanti, D., Putri Raflesia, S., Lertarini, D., Rifai, A., & Rossa Indah, D. (2023). SISTEM RANCANGAN BANGUN SISTEM INFORMASI DESA PADA DESA REBO KABUPATEN BANYUASIN. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(1). <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i1.3>
- Hartana. (2022). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DI KABUPATEN BULENG. *Jurnal*

- Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha, 10(3).*
<https://doi.org/10.23887/jpku.v10i3.50585>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang, 1(1)*. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Prasetyo, Y., & Sutopo, J. (2020). Implementasi Layanan Payment Gateway Pada Sistem Informasi Transaksi Pembayaran. *University of Technology Yogyakarta*.
- Primasari, C. H., & Wibisono, Y. P. (2021). Video Iklan Sebagai Sarana Peningkatan Impresi Publik Terhadap Produk Komunitas UMKM Kotabaru Yogyakarta. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 3(2)*.
<https://doi.org/10.24036/abdi.v3i2.111>
- Saputra, H. (2022). The Effect of Using Geogebra Assisted STAD Type Learning Model on Problem Solving Ability and Mathematical Disposition. *Al-Madrasah: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah, 6(3)*. <https://doi.org/10.35931/am.v6i3.1028>
- Saputra, I. E., Irwan, M., & Rahman, A. (2022). Analisis Normatif Kewenangan Peninjauan Kembali Oleh Kejaksaan. *Sawerigading Law Journal, 1(2)*.
<https://doi.org/10.62084/slj.v1i2.222>
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(2)*.
<https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923>
- Wibowo, A. W. A., Rahmawati, B. D., & Mastrisiswadi, H. (2021). Video conferencing as a face-to-face online meeting app: user preference based on usability testing. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri, 5(2)*. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v5i2.3432>