

Pengembangan Website UMKM Nanas Berbasis Laravel Sebagai Media Promosi Digital Produk Lokal Di Desa Lendang Nangka Utara

Wina Agustina^{1*}, Yulia Dwi Wahyuni², Rindi Antika³, Nispatul Khaironi⁴,
Indra Himayatul Asri⁵, Zoawatul Wardi⁶

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Informatika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hamzanwadi

⁴Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hamzanwadi

⁵Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hamzanwadi

e-mail: winaagustinaa20@gmail.com^{1}, wahyuniyuliadwi@gmail.com², ra2402193@gmail.com³, nsptlkhni4@gmail.com⁴,
indra@hamzanwadi.ac.id⁵

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
23.06.2026	02.07.2026	12.07.2026	17.07.2026

Abstract: Lendang Nangka Utara Village possesses an abundant agricultural potential in pineapple commodities; however, its utilization by local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is constrained by limited market absorption due to the weak penetration of digital promotional media for local products. This Community Service (PKM) integrated through the Student Community Service (KKN) program aims to design, develop, and implement a web-based promotional information system using the Laravel framework for a selected pineapple MSME as a pilot project. The selection criteria for the partner were based on the urgency of resolving three structural field constraints: the absence of an official digital identity for local pineapple products, geographic limitations in marketing coverage, and the lack of an informative visual product catalog for prospective consumers outside the region. The implementation method was comprehensively designed through nine linear stages: field survey, in-depth interviews, commodity data collection, system requirements analysis, website architectural design, software programming (coding), functionality testing, hosting deployment, and technology adoption evaluation. The outcome of this PKM activity is the realization of an official digital promotion web platform integrating an interactive visual catalog, Search Engine Optimization (SEO) tuning for wider publication reach, and a self-managed backend content module for the administrator. Functionality testing using the Black-Box method indicated that all system operations achieved valid status. Evaluations using pre-tests and post-tests demonstrated an improvement in the partners' digital literacy skills, with the average score rising from 16.25% to 87.5% following training and guidance on website usage. The developed website can serve as a digital promotional tool to expand the dissemination of information regarding MSME products.

Keywords: Laravel Framework, MSME Website, Digital Promotion, Local Product, Lendang Nangka Utara Village.

Abstrak: Desa Lendang Nangka Utara memiliki potensi komoditas pertanian berupa buah nanas yang sangat melimpah, namun pemanfaatannya oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal masih terbentur oleh keterbatasan serapan pasar akibat lemahnya penetrasi media promosi digital produk lokal. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diintegrasikan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk merancang, membangun, dan mengimplementasikan sistem informasi promosi berbasis website menggunakan framework Laravel pada satu UMKM nanas terpilih sebagai pilot project. Kriteria pemilihan mitra didasarkan pada urgensi penyelesaian tiga kendala struktural di lapangan, yaitu: ketiadaan identitas digital resmi produk nanas lokal, keterbatasan jangkauan pemasaran geografis, serta minimnya visualisasi katalog produk yang informatif bagi calon konsumen luar daerah. Metode pelaksanaan program ini didesain secara komprehensif melalui sembilan tahapan linier: survei lapangan, wawancara mendalam, pengumpulan data komoditas, analisis kebutuhan sistem, perancangan arsitektur website, pembuatan kode program (coding), pengujian fungsionalitas, implementasi sistem pada hosting, dan evaluasi adopsi teknologi. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah terwujudnya platform website promosi digital resmi yang mengintegrasikan fitur katalog visual interaktif, optimasi Search Engine Optimization (SEO) untuk perluasan jangkauan publikasi, dan modul pengelolaan konten mandiri oleh admin. Pengujian dengan metode Black-Box menunjukkan bahwa seluruh fungsi sistem berjalan dengan valid. Evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan kemampuan literasi digital mitra dari rata-rata skor 16,25% menjadi 87,5% setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan penggunaan website. Website yang dikembangkan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi digital untuk memperluas penyebaran informasi produk UMKM.

Kata kunci: Framework Laravel, Website UMKM, Promosi Digital, Produk Lokal, Desa Lendang Nangka Utara

1. PENDAHULUAN

Akselerasi ekonomi digital di Indonesia menuntut seluruh sektor usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan, untuk melakukan adaptasi teknologi guna

menjaga keberlanjutan usaha (Benardi & Karlaili, 2022). Sektor UMKM berbasis agrowisata dan pengolahan hasil bumi memegang peranan krusial sebagai katalisator kesejahteraan masyarakat lokal. Transformasi tata kelola pemasaran konvensional menjadi pemasaran berbasis platform internet bukan lagi sekadar pilihan alternatif, melainkan sebuah kebutuhan strategis yang menentukan eksistensi suatu entitas bisnis di era kompetisi modern (Susanto, 2024). Selain itu, kepemilikan website resmi memberikan nilai tambah bagi UMKM karena mampu meningkatkan kredibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan memudahkan konsumen memperoleh informasi produk secara lebih lengkap dibandingkan media promosi konvensional. Penelitian Rahayu dan Day menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dan website pada UMKM Indonesia berkorelasi dengan peningkatan manfaat bisnis, terutama dalam hal pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan (Rahayu & Day, 2017). Kendati demikian, kesenjangan penetrasi teknologi dan infrastruktur jaringan antara wilayah perkotaan dan pedesaan acapkali mengakibatkan komoditas unggulan daerah tidak mampu mencapai nilai ekonomis yang optimal di pasaran. Kesenjangan ini menyoroti kebutuhan mendesak akan intervensi yang terarah untuk memperkuat infrastruktur digital dan meningkatkan akses pasar bagi para produsen di pedesaan (Fathimatuzzahra & Dompok, 2024; Koswara, 2024)

Salah satu wilayah yang memiliki potensi hortikultura tinggi namun masih mengalami kendala dalam aspek hilirisasi publikasi dan promosi daring adalah Desa Lendang Nangka Utara, Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Secara geografis, Desa Lendang Nangka Utara dikaruniai produktivitas tanah yang sangat adaptif terhadap budidaya tanaman nanas, khususnya varietas nanas madu yang memiliki keunggulan rasa manis alami dan daging buah yang renyah. Melimpahnya hasil panen nanas memicu munculnya inisiatif lokal berupa industri rumah tangga dan UMKM mikro yang mengembangkan komoditas nanas ini menjadi berbagai variasi produk olahan bernilai tambah tinggi. Potensi komoditas lokal yang melimpah akan memberikan nilai ekonomi yang lebih tinggi apabila didukung oleh sistem pemasaran berbasis digital yang mampu menjangkau konsumen di luar wilayah produksi. Penggunaan website dan e-commerce terbukti dapat memperluas akses pasar serta meningkatkan interaksi antara produsen dan pelanggan (Rahayu & Day, 2017). Namun, potensi ekonomi yang masif ini berbanding terbalik dengan jangkauan pemasarannya (Fadhilah & Pratiwi, 2021)

Mayoritas pelaku usaha hortikultura di desa tersebut saat ini masih terjebak pada rantai pasok konvensional tradisional yang sangat bergantung pada kehadiran tengkulak atau pembeli lokal di sekitar lingkungan desa. Keterbatasan media promosi digital menyebabkan produk unggulan desa sulit membangun posisi tawar yang kompetitif di pasar yang lebih luas. Website mandiri dapat berfungsi sebagai pusat informasi digital yang memungkinkan UMKM mengelola katalog produk, profil usaha, dan saluran pemesanan secara independen sehingga mendukung strategi pemasaran jangka panjang (Anggraini et al., 2023). Ketergantungan struktural ini berimplikasi langsung pada perolehan margin keuntungan yang didapatkan oleh produsen pertama menjadi sangat minim, akibat tiadanya media publikasi mandiri yang dapat digunakan untuk menegosiasikan posisi tawar produk secara kompetitif. Pemasaran produk lokal yang pasif menyebabkan komoditas berkualitas tinggi ini kurang dikenal oleh masyarakat luas di luar wilayah Lombok Timur.

Adopsi website pada UMKM juga dipengaruhi oleh persepsi manfaat bisnis yang akan diperoleh, seperti peningkatan visibilitas produk, efisiensi promosi, dan perluasan jaringan pemasaran. Semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi digital, semakin besar pula manfaat ekonomi yang dirasakan oleh pelaku UMKM (Marwan et al., 2018). Melalui analisis situasi awal dan identifikasi masalah secara partisipatif yang dilakukan oleh tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Hamzanwadi di Desa Lendang Nangka Utara, diputuskan untuk memfokuskan intervensi teknologi pada satu UMKM target sebagai model *pilot project*, yaitu UMKM "Pesona Nanas". Pembatasan intervensi pada satu UMKM spesifik ini didasarkan pada pertimbangan metodologis yang ketat, di mana pendekatan studi kasus tunggal yang mendalam (*in-depth single case study*) dinilai jauh lebih efektif untuk menghasilkan perubahan perilaku adopsi teknologi yang radikal serta membangun

model keberhasilan (*success story*) yang solid di tingkat desa, ketimbang membagi fokus pada banyak mitra namun hanya menyentuh permukaan masalah saja (Sari, 2025)

Pertama, ketiadaan identitas digital resmi produk nanas lokal menjadi kendala utama dalam membangun kepercayaan pasar yang lebih luas. Tanpa adanya kehadiran digital berupa website resmi, produk komoditas nanas dari Desa Lendang Nangka Utara ini dinilai kurang memiliki legitimasi di mata konsumen modern, sehingga positioning produk di pasar digital menjadi sangat lemah jika dibandingkan dengan produk kompetitor luar daerah yang telah terintegrasi dengan ekosistem internet secara baik (Wanda et al., 2025).

Kedua, keterbatasan jangkauan pemasaran secara geografis membatasi penetrasi produk lokal ke wilayah potensial lainnya. Strategi promosi yang diterapkan oleh mitra sepenuhnya mengandalkan metode konvensional berbasis getok tular (*word of mouth*) dan penjualan statis pada gerai fisik kelontong sekitar desa. UMKM mitra belum memiliki instrumen komunikasi visual yang mampu melompati batas-batas administrasi wilayah, sehingga produk lokal unggulan ini tidak dikenal di luar batas geografis kecamatan atau kabupaten (Asyhari et al., 2024).

Ketiga, minimnya visualisasi katalog produk yang informatif bagi calon konsumen luar daerah memicu hambatan konversi ketertarikan pasar. Informasi mengenai detail spesifikasi varian produk nanas, keunggulan gizi, higienitas pengemasan, serta profil UMKM belum terdokumentasi dengan rapi dalam susunan tata letak yang menarik, membuat calon pelanggan potensial kesulitan mendapatkan informasi valid yang mereka butuhkan secara instan, sehingga minat beli mereka urung terbangun (Winahyu et al., 2022; Yahya, R F, Jaurino, J Setiawan A, Sari, 2024)

Guna mengatasi ketiga permasalahan tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Hamzanwadi melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan website UMKM berbasis framework Laravel sebagai media promosi digital bagi UMKM Pesona Nanas. Framework Laravel dipilih karena menerapkan arsitektur *Model-View-Controller* (MVC), memiliki fitur keamanan bawaan seperti *Cross-Site Scripting* (XSS), *Cross-Site Request Forgery* (CSRF), dan SQL Injection, serta mendukung pengembangan website yang terstruktur, mudah dipelihara, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna (Ratino et al., 2023).

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada satu mitra, yaitu UMKM Pesona Nanas di Desa Lendang Nangka Utara, sebagai model implementasi digitalisasi promosi produk lokal. Ruang lingkup kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan mitra, perancangan dan pengembangan website promosi berbasis Laravel, implementasi website, pelatihan penggunaan sistem, serta pendampingan pengelola dalam mengelola konten website secara mandiri. Selain menghasilkan media promosi digital, kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan literasi digital mitra sehingga website yang telah dikembangkan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah mengembangkan website promosi digital berbasis Laravel sebagai media informasi dan promosi UMKM Pesona Nanas, mendampingi mitra dalam pemanfaatan website sebagai sarana promosi produk, serta mengevaluasi peningkatan kemampuan mitra dalam mengoperasikan dan mengelola website setelah mengikuti kegiatan pendampingan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Pesona Nanas yang berlokasi di Dusun Tanak Betian, Desa Lendang Nangka Utara, Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Mitra kegiatan terdiri atas 2 orang, yaitu pemilik dan satu orang pengelola UMKM Pesona Nanas yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pengembangan website, pelatihan, hingga evaluasi. Kegiatan dilaksanakan selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Hamzanwadi.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pendampingan partisipatif yang dipadukan dengan tahapan pengembangan perangkat lunak. Pendekatan ini dipilih agar website yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan mitra sekaligus meningkatkan kemampuan mitra

dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi (Sholikah et al., 2022). Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sembilan tahapan yang saling berkesinambungan sebagai berikut.

1. Survei lapangan, yaitu melakukan observasi langsung pada UMKM Pesona Nanas untuk mengidentifikasi kondisi usaha, sistem promosi yang digunakan, serta permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran produk.
2. Wawancara, yaitu melakukan wawancara dengan pemilik dan pengelola UMKM untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan website, jenis informasi yang akan ditampilkan, serta harapan mitra terhadap sistem yang akan dikembangkan.
3. Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data berupa profil UMKM, data produk, foto produk, dokumentasi kegiatan, serta informasi pendukung lainnya sebagai bahan penyusunan konten website.
4. Analisis kebutuhan sistem, yaitu menganalisis kebutuhan fungsional dan nonfungsional berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan pengumpulan data sehingga diperoleh spesifikasi sistem yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
5. Perancangan website, yaitu menyusun desain antarmuka (user interface), struktur navigasi, serta rancangan basis data sebagai dasar pengembangan website.
6. Pengembangan website, yaitu membangun website menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan framework Laravel serta mengintegrasikan fitur-fitur utama seperti profil UMKM, katalog produk, artikel, galeri, dan kontak pemesanan melalui WhatsApp.
7. Pengujian sistem, yaitu menguji seluruh fungsi website menggunakan metode Black-Box Testing untuk memastikan setiap fitur berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna tanpa mengalami kesalahan fungsional.
8. Implementasi website, yaitu melakukan deployment website pada layanan hosting sehingga website dapat diakses secara daring dan dimanfaatkan oleh UMKM sebagai media promosi digital.
9. Pelatihan dan evaluasi, yaitu memberikan pendampingan kepada 2 orang peserta, yaitu pemilik dan satu orang pengelola UMKM Pesona Nanas mengenai cara mengoperasikan website, memperbarui data produk, serta mengelola konten website secara mandiri. Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test yang diberikan kepada kedua peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan website sebagai media promosi digital.

Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan dua indikator, yaitu keberhasilan implementasi website yang ditunjukkan melalui hasil pengujian *Black-Box Testing* serta peningkatan kemampuan kedua peserta dalam mengoperasikan dan mengelola website setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian sekaligus sebagai bahan pengembangan website pada tahap selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Digital Melalui Platform Resmi

Luaran utama yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim KKN Universitas Hamzanwadi ini adalah sebuah platform website promosi digital resmi yang telah divalidasi dan diimplementasikan secara langsung pada UMKM komoditas nanas di Desa Lendang Nangka Utara. Penerapan teknologi informasi tepat guna ini secara radikal mentransformasikan model publikasi niaga tradisional mitra menjadi model bisnis modern yang berbasis digital. Kehadiran platform web bernama "Pesona Nanas Lendang Nangka Utara" ini sukses mereduksi ketergantungan penuh pelaku usaha pada sistem tengkulak dengan membuka gerbang komunikasi interaktif langsung antara produsen pedesaan dengan konsumen dari skala regional maupun nasional. Setelah website selesai dikembangkan, dilakukan pendampingan kepada mitra mengenai cara mengelola konten website. Pendampingan meliputi pengelolaan data produk, pembaruan informasi usaha, serta penggunaan fitur kontak sehingga mitra mampu mengoperasikan website secara mandiri.

Arsitektur Data dan Fitur Utama Sistem

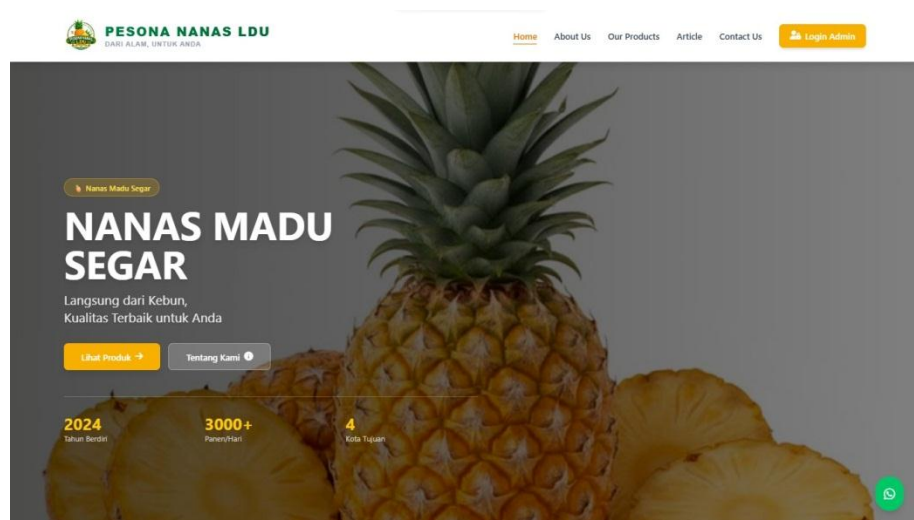
Selama proses pendampingan, mitra diberikan pelatihan mengenai cara mengakses dashboard admin, memperbarui data produk, mengunggah foto produk, dan mengelola artikel. Pendampingan dilakukan secara langsung hingga kedua peserta mampu melakukan pengelolaan website secara mandiri tanpa pendampingan dari tim.

Sistem antarmuka publik pada website ini mengintegrasikan lima menu navigasi utama yang dirancang secara ergonomis untuk kemudahan akses informasi para calon pembeli, yaitu:

1. Home Menu: Berfungsi sebagai gerbang utama halaman web yang menyajikan identitas visual utama usaha, foto resolusi tinggi komoditas nanas madu segar, serta slogan promosi yang persuasif bagi pengunjung.
2. About Us Menu: Memaparkan deskripsi naratif mengenai profil UMKM Pesona Nanas, sejarah berdirinya usaha, nilai higienitas proses panen, serta transparansi informasi jumlah tenaga kerja lokal yang diberdayakan. Halaman ini juga menegaskan area logistik pengiriman produk yang mencakup wilayah regional NTB seperti Sumbawa, Bima, Dompu, hingga kemitraan eksternal bersama PT Nyaman.
3. Our Products Menu (Katalog): Menampilkan daftar lengkap klasifikasi varian buah nanas berdasarkan bobot ukuran beserta label harga pasar secara transparan. Kehadiran menu ini menjawab kendala minimnya visualisasi katalog informasi bagi pembeli luar wilayah
4. Article Menu: Berisi kumpulan tulisan edukatif seputar manfaat nutrisi nanas, tips mengolah buah, dan informasi agrikultur, yang secara strategis berfungsi meningkatkan visibilitas pencarian organik website di Google.
5. Contact Us Menu: Berisi visualisasi peta lokasi gerai fisik serta tombol interaktif terintegrasi WhatsApp API untuk memfasilitasi komunikasi transaksi jual-beli secara langsung.
- 6.

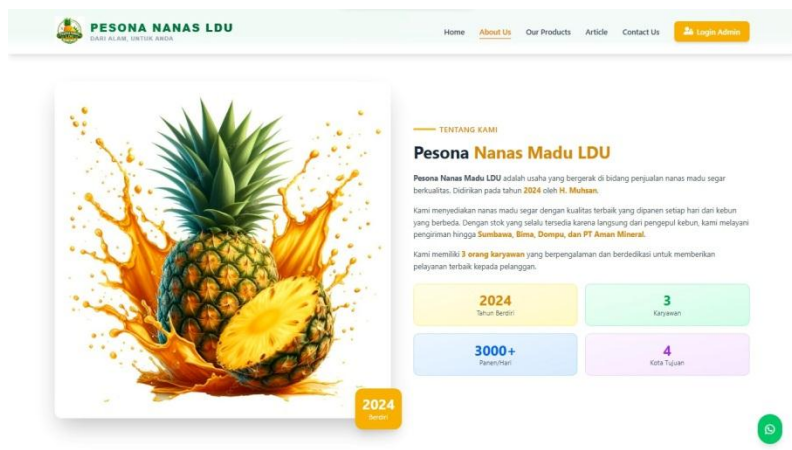
Implementasi Antar Muka Pengguna (User Interface)

Visualisasi implementasi tata letak halaman dari sistem informasi promosi digital yang telah sukses dikembangkan dan dipublikasikan daring didokumentasikan pada gambar-gambar berikut:



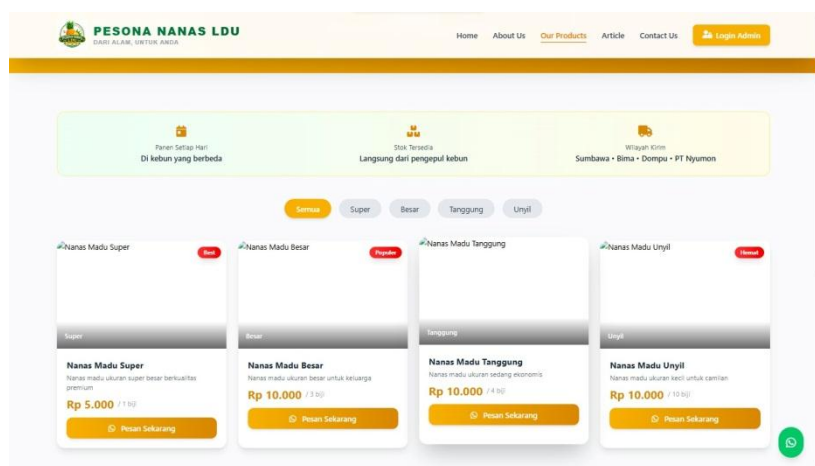
Gambar 1. Tampilan Halaman Home Website Pesona Nanas Lendang Nangka Utara

Halaman Home (Gambar 1) menampilkan informasi singkat mengenai UMKM Pesona Nanas, produk unggulan, dan navigasi menuju halaman lain sehingga memudahkan pengunjung memperoleh informasi awal mengenai usaha.



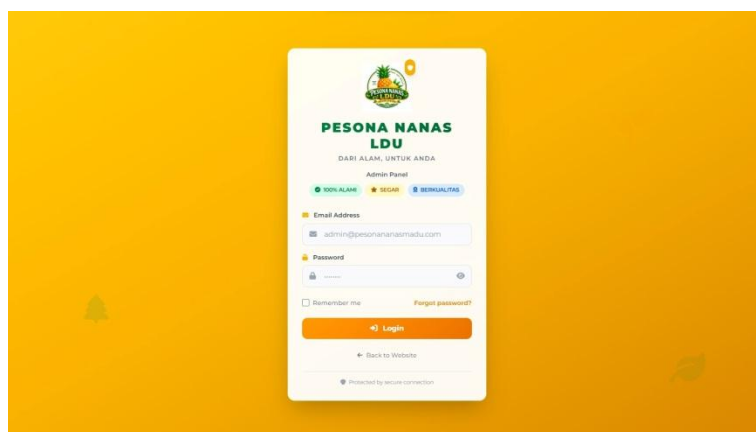
Gambar 2. Tampilan Halaman About Us Pesona Nanas Lendang Nangka Utara

Halaman About Us (Gambar 2) menyajikan profil UMKM, sejarah usaha, serta informasi mengenai proses produksi sehingga pengunjung memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai UMKM Pesona Nanas.



Gambar 3. Tampilan Halaman Our Products Website Pesona Nanas Lendang Nangka Utara

Halaman katalog produk (Gambar 3) mengintegrasikan sistem penyaringan (filtering) interaktif untuk mempermudah konsumen dalam memilih ukuran nanas. Detail visual kartu produk menampilkan varian Nanas Madu Super seharga Rp 5.000, serta varian Nanas Madu Besar, Tanggung, dan Unyil yang masing-masing dipatok pada harga Rp 10.000 per buah secara informatif dan terbuka.



Gambar 4. Tampilan Halaman Admin Website Pesona Nanas Lendang Nangka Utara

Halaman panel admin (Gambar 4) dirancang dengan pendekatan desain minimalis yang mengutamakan kemudahan operasional. Form login ini dilengkapi pengamanan enkripsi berlapis guna mencegah masuknya pengguna ilegal yang dapat merusak integritas data promosi produk pada server aplikasi.

Analisis Hasil Pengujian Sistem (Black-Box Method)

Untuk memvalidasi kelayakan operasional teknis dari seluruh komponen aplikasi web sebelum diserahkan secara penuh kepada pengelola usaha, tim KKN melaksanakan fase pengujian fungsionalitas menggunakan metode Black-Box Testing. Parameter pengujian berfokus pada eksekusi masukan (input) elemen antarmuka dan pencocokan luaran (output) sistem dengan dokumen spesifikasi awal, tanpa melibatkan pemeriksaan internal baris kode. Rangkuman hasil pengujian sistem informasi promosi ini disajikan pada Tabel 2:

Tabel 1. Matriks Hasil Pengujian Fungsionalitas Sistem dengan Metode Black-Box

Komponen Aplikasi	Skenario Eksekusi Masukan	Ekspektasi Respon Output Sistem	Status Hasil
Autentikasi Login Admin	Menginput data email & password admin yang valid pada form panel admin.	Sistem meloloskan hak akses dan mengarahkan pengguna ke halaman utama dashboard pengelola.	VALID
Manajemen Produk Data	Mengklik opsi tambah produk, mengunggah file foto nanas, dan mengisi kolom harga pasar.	Aplikasi berhasil melakukan sanitasi input dan menyimpan Rekaman baru ke tabel 'products'.	VALID
Responsivitas Rute Menu	Menekan tombol navigasi Home, About, Our Products, dan Article pada bilah menu	Halaman berpindah secara instan tanpa mengalami galat 404 Not Found atau rute terputus.	VALID
Integrasi Chat Pemesanan	Mengklik tombol tautan "Pesan Sekarang" pada kartu katalog produk nanas maddu.	Sistem membuka jendela API WhatsApp eksternal dengan isi pesan teks pesanan yang terformat rapi.	VALID
Proteksi Serangan Siber	Mencoba menginjeksikan kode skrip HTML/SQL berbahaya pada formulir input.	Fitur proteksi token CSRF bawaan Laravel mendeteksi bahaya dan langsung menolak kelanjutan eksekusi.	VALID

Analisis Evaluasi Adopsi Teknologi dan Literasi Digital

Keberlanjutan pemanfaatan teknologi tepat guna di lingkungan pedesaan sangat ditentukan oleh kapasitas pemahaman masyarakat pengelolanya. Oleh karena itu, pasca-instalasi website selesai dilakukan, tim KKN menyelenggarakan pelatihan terpandu secara tatap muka dan pendampingan intensif mengenai operasional tata kelola dashboard admin. Keberhasilan transfer pengetahuan sains dan teknologi ini diukur menggunakan instrumen pengujian kognitif (pre-test dan post-test) kepada pengelola usaha sebelum dan sesudah intervensi program diberikan. Hasil evaluasi peningkatan kapasitas literasi digital mitra dirinci pada Tabel 3 berikut:

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post-test Literasi Digital Mitra

Indikator Penilaian Kompetensi Digital	Skor Awal (Pre-Test)	Skor Akhir (Post-Test)	Persentase Lonjakan
Pemahaman urgensi identitas digital dan branding produk resmi	20%	90%	+ 70%
Keterampilan teknis melakukan pembaruan data katalog online mandiri	10%	85%	+ 75%
Kemampuan menyusun dan mengunggah konten artikel edukasi konsumen	5%	80%	+ 75%
Kesadaran pemanfaatan metrik optimasi promosi digital berkesinambungan	30%	95%	+ 65%
Rata – rata Akumulasi Capaian Kinerja Literasi	16,25%	87,5%	+ 71,25%

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test terhadap 2 orang peserta, yaitu pemilik dan satu orang pengelola UMKM Pesona Nanas, terjadi peningkatan rata-rata skor literasi digital dari 16,25% menjadi 87,5% setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan penggunaan website. Hasil ini

menunjukkan bahwa mitra telah memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengoperasikan website, memperbarui katalog produk, serta mengelola informasi usaha secara mandiri.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat berhasil mengembangkan website promosi digital berbasis Laravel pada UMKM Pesona Nanas sebagai media informasi dan promosi produk. Website telah diimplementasikan dan seluruh fungsi sistem berjalan dengan baik berdasarkan hasil pengujian Black-Box Testing. Hasil evaluasi terhadap 2 orang peserta, yaitu pemilik dan satu orang pengelola UMKM, menunjukkan adanya peningkatan kemampuan dalam mengoperasikan website setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Website yang dikembangkan diharapkan dapat mendukung promosi produk secara lebih luas serta menjadi dasar pengembangan layanan digital pada UMKM di masa mendatang.

Sebagai rekomendasi saran bagi keberlanjutan pengembangan program pengabdian masyarakat di masa depan, disarankan bagi tim pengabdian selanjutnya untuk mengintegrasikan fitur pengolah statistik data pengunjung (web analytics module) secara bawaan pada halaman admin guna mempermudah pemilik usaha memantau tren demografi asal calon pelanggan potensial mereka. Di samping itu, penambahan modul otomatisasi sinkronisasi konten promosi menuju multi-platform media sosial lainnya (cross-posting API framework) dinilai akan sangat membantu meningkatkan efisiensi waktu manajemen promosi digital bagi para pelaku UMKM di wilayah pedesaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis dan pengabdian menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DPPM) Universitas Hamzanwadi atas pemberian dukungan administratif, bimbingan penyusunan program ilmiah, serta fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan KKN. Apresiasi dan ucapan terima kasih setinggi-tingginya juga kami haturkan kepada Kepala Desa Lendang Nangka Utara beserta jajaran staf pemerintah desa yang telah memberikan izin operasional, keterbukaan akses data wilayah, dan bantuan fasilitas akomodasi selama berada di lapangan. Terima kasih terdalem juga ditujukan khusus kepada pemilik serta seluruh jajaran pengelola UMKM Pesona Nanas selaku mitra tunggal pengabdian yang telah bersedia bekerja sama secara aktif, penuh antusiasme, dan dedikasi tinggi dalam mewujudkan digitalisasi produk lokal unggulan desa ini

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2023). PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Sistem Informasi*, 7(1), 381–389. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12150>
- Asyhari, S. A., Anggraeni, N. L., Zain, H. F., & Jiwando, R. N. (2024). Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM Pati Angkrik di Desa Triharjo , Kabupaten Kendal Opportunities and Challenges for Pati Angkrik MSME Development in Triharjo Village , Kendal District Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang , Indonesia. *Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 1(4), 156–171.
- Benardi, & Karlaili, R. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 168–173. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v1i4.1487>
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang). *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, XII(1), 17–22.
- Fathimatuzzahra, R. N., & Dompok, T. (2024). Menjembatani Kesenjangan Akses Internet : Studi Kasus. *LPPM Universitas Putera Batam*, 147–153.
- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(3), 180.

- <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i3.3407>
- Marwan, M., Kartit, A., & Ouahmane, H. (2018). *A Framework to Secure Medical Image Storage in Cloud Computing Environment*. 16(1). <https://doi.org/10.4018/JECO.2018010101>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Ratino, A., Astri, R., & Anggraini, P. (2023). Implementasi Framework Laravel Dalam Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Toko Jago Software. *Journal Of Informatics And Busisnes*, 01(02), 33–43.
- Sari, E. I. (2025). *STRATEGI ADAPTASI UMKM DALAM TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL (STUDI KASUS BSI UMKM CENTRE SURABAYA)*. 1(1), 106–115.
- Sholikah, M., Rofiah, R. T., Dewi, M. K., Azizah, F. N., Rahayu, R., Indasah, I., & Masriah, D. (2022). Program Transformasi Digital PAUD: Pendampingan Pengelolaan Modul Digital dan Integrasi Teknologi Sederhana. *Jurnal Pengabdian West Science*, 1(01), 126–144. <https://doi.org/10.58812/jpws.v1i01.2984>
- Susanto, A. (2024). Strategi Penerapan E-Bisnis dalam Optimalisasi Pemasaran Produk Pertanian: Studi Kasus pada UMKM Agribisnis. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences*, 2(6), 364–368. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i6.160>
- Wanda, T. I. S., Mado, T. W., Labamaking, T. E. D., & Mado, Y. J. (2025). Optimalisasi E-Commerce Berbasis Website Sebagai Solusi Pemasaran Produk Pertanian Di Kabupaten Sikka. *HOAQ (High Education of Organization Archive Quality) : Jurnal Teknologi Informasi*, 16(1), 101–108. <https://doi.org/10.52972/hoaq.vol16no1.p101-108>
- Winahyu, N., Maharani, N., Choirina, V. N., Helilusiatiningsih, N., & Angesti, S. D. (2022). *PERENCANAAN BISNIS PRODUK OLAHAN BERBASIS KOMODITAS NANAS DI KABUPATEN KEDIRI*. 19(1), 65–78.
- Yahya, R F, Jaurino, J Setiawan A, Sari, W. (2024). Pemberdayaan UMKM Turunan Nanas Melalui Platform Digital di Desa Belantaraya Kecamatan Gaung. *Strategi Pemasaran Online Dan Offline*, 3(3), 24–31. <https://www.ejournal.indrainstitute.id/index.php/ikhlas/article/view/1165>