

PEMBUATAN *WEBSITE* KATALOG DIGITAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI UMKM TEMPE DAN DAGES DI DESA CINANGSI

Sagi Winoto¹, Kuntoro², Destra Wijanarko³, Siti Munawaroh⁴, Assyifa Al Asfia⁵

^{1,2,3,4,5}STKIP Majenang, Cilacap- Indonesia

Email: kuntorot398@gmail.com

Abstrak

UMKM tempe dan dages di Desa Cinangsi memiliki potensi ekonomi yang cukup besar bagi masyarakat sekitar. Informasi produk dari usaha-usaha tersebut masih tersebar melalui saluran informal, sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam mengakses informasi harga, kontak dan lokasi secara akurat. Kegiatan pengabdian ini membuat *website* katalog digital yang menyajikan informasi sepuluh UMKM tempe dan dages di Desa Cinangsi melalui metode yang menggabungkan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi untuk pengumpulan data, dilanjutkan dengan perancangan, pembuatan dan pengujian *website*. *Website* yang dihasilkan menampilkan nama usaha, jenis produk, harga, kontak dan lokasi setiap UMKM. Pengujian fungsional membuktikan bahwa setiap menu, tombol kontak dan fitur lokasi berjalan sesuai rencana pada perangkat komputer maupun telepon seluler sehingga *website* tersebut dapat berfungsi sebagai katalog digital terpusat yang dapat diakses konsumen kapan saja. Hasil kegiatan ini mendukung UMKM tempe dan dages dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui satu platform informasi, sekaligus mendorong upaya digitalisasi lanjutan bagi UMKM di Desa Cinangsi.

Kata kunci: *Website; Katalog Digital; UMKM; Tempe; Dages; Digitalisasi.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menempati posisi strategis dalam struktur perekonomian Indonesia. UMKM menyerap sebagian besar tenaga kerja di berbagai daerah, termasuk wilayah pedesaan (Aliyah, 2022). Sektor ini juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui produksi barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat (Hidayat et al., 2022). Pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik di tingkat desa maupun kota (Bisri et al., 2024). Potensi tersebut menjadikan UMKM sebagai penggerak utama perekonomian lokal yang memerlukan dukungan optimal dari berbagai pihak.

Desa Cinangsi memiliki potensi UMKM tempe dan dages yang cukup besar karena produk tersebut menjadi komoditas unggulan yang diproduksi secara turun-temurun oleh masyarakat setempat. Sepuluh UMKM tempe dan dages tercatat aktif menjalankan usaha di desa tersebut dan menjadi objek utama kegiatan pembuatan katalog digital dalam penelitian ini. Informasi mengenai UMKM tempe dan dages di Desa Cinangsi masih tersebar di berbagai sumber yang tidak terintegrasi sehingga konsumen mengalami kesulitan memperoleh informasi harga, kontak dan lokasi usaha secara cepat. Promosi produk UMKM masih mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut tanpa dukungan media digital sehingga ketiadaan katalog digital yang terintegrasi membatasi jangkauan pemasaran produk UMKM tempe dan dages kepada konsumen yang lebih luas.

Perkembangan teknologi informasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. *Website* menjadi salah satu media penyebaran informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh konsumen, serta terbukti meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Kristiawati Kristiawati dkk, 2026). Teknologi digital dengan demikian menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi keterbatasan promosi UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi.

Penelitian ini menghasilkan *website* katalog digital untuk UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi. *Website* tersebut memuat informasi 10 UMKM secara lengkap dan terstruktur. Setiap UMKM ditampilkan dengan informasi produk, harga, kontak dan lokasi usaha. Struktur informasi yang seragam mempermudah konsumen membandingkan produk antar UMKM secara cepat.

Penelitian Kristiawati dkk. (2026) membuktikan bahwa media promosi berbasis web mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner melalui studi kasus pada satu pelaku usaha, yaitu Matcha Depan Bengkalis. Fokus penelitian tersebut terbatas pada satu UMKM tunggal sehingga belum menjawab kebutuhan promosi bagi kelompok UMKM sejenis yang berjumlah banyak dalam satu wilayah geografis yang sama. Sepuluh UMKM tempe dan dages di Desa Cinangsi memiliki karakteristik produk yang serupa namun tersebar pada pelaku usaha berbeda, kondisi yang belum tercakup dalam pendekatan satu-website-satu-UMKM seperti pada penelitian sebelumnya. Celah inilah yang mendasari perlunya pengembangan media promosi berbasis web yang mampu menaungi banyak pelaku UMKM sejenis sekaligus dalam satu platform terintegrasi, bukan sekadar website tunggal milik satu usaha.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan berupa pembuatan satu website katalog digital yang menaungi sepuluh UMKM tempe dan dages secara sekaligus dalam struktur informasi yang seragam, berbeda dari pendekatan penelitian terdahulu yang umumnya membangun website promosi untuk satu UMKM secara terpisah. Struktur seragam pada setiap halaman detail UMKM, mencakup nama usaha, jenis produk, harga, kontak dan lokasi, memungkinkan konsumen membandingkan sepuluh pelaku usaha sejenis secara langsung dalam satu platform tanpa perlu mengakses website yang berbeda-beda. Pendekatan katalog kolektif berbasis komoditas lokal spesifik, yaitu tempe dan dages di Desa Cinangsi, menjadi kontribusi baru dalam upaya digitalisasi promosi UMKM di tingkat desa yang belum banyak diangkat pada penelitian sejenis sebelumnya.

Artikel ini menjelaskan proses pembuatan *website* katalog digital UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi secara sistematis. Penjelasan mencakup tahapan pengumpulan data, perancangan, pembuatan, hingga pengujian *website*. Artikel ini juga menguraikan bentuk katalog digital yang dihasilkan beserta fitur-fitur utamanya. Manfaat *website* bagi penyedia informasi UMKM menjadi kontribusi praktis penelitian ini terhadap digitalisasi UMKM di tingkat desa.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pengembangan sistem informasi berbasis web yang dilaksanakan melalui tahapan berurutan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga publikasi *website*, sebagaimana pendekatan yang umum digunakan pada penelitian sejenis (Ternando & Mulyono, 2022). Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Cinangsi selama satu bulan, mulai dari tahap pengumpulan data hingga publikasi *website*. Lokasi tersebut dipilih

105

berdasarkan keberadaan sentra UMKM tempe dan dages yang aktif di desa tersebut sehingga mendukung proses pengumpulan data secara langsung dari pelaku usaha.

Sasaran kegiatan ini meliputi 10 pelaku UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi yang dipilih berdasarkan aktivitas produksi yang masih berjalan hingga saat kegiatan dilaksanakan. Setiap pelaku UMKM memberikan data produk, harga, kontak dan lokasi usaha untuk kebutuhan katalog digital sehingga keterlibatan mereka secara langsung memastikan keakuratan data yang ditampilkan pada *website*.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi promosi UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi sekaligus memetakan kebutuhan informasi yang harus ditampilkan pada *website*, dengan peneliti mengamati langsung proses produksi dan pengemasan produk di lokasi usaha sebagai dasar penentuan struktur informasi pada katalog digital. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik UMKM tempe dan dages dengan pertanyaan yang mencakup nama usaha, jenis produk, harga, kontak dan lokasi usaha, sekaligus menggali kendala promosi yang selama ini dihadapi pelaku UMKM, sebelum data hasil wawancara diverifikasi ulang untuk memastikan keakuratan informasi. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan foto produk tempe dan dages dari setiap UMKM beserta data usaha, kontak dan lokasi dalam bentuk catatan tertulis, yang kemudian digunakan sebagai konten visual pada halaman katalog *website* agar penyajian informasi lebih menarik dan informatif bagi pengguna.

Tahapan pembuatan *website* terdiri atas delapan langkah yang dilakukan secara berurutan, dengan setiap tahap memiliki fungsi khusus dalam mendukung keberhasilan pembuatan katalog digital. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan yang menentukan fitur dan informasi yang harus tersedia pada *website*. Tahap kedua adalah pendataan 10 UMKM yang mengumpulkan profil lengkap setiap pelaku usaha. Tahap ketiga adalah pengumpulan foto dan informasi produk yang melengkapi data dengan konten visual produk. Tahap keempat adalah perancangan struktur *website* yang menyusun kerangka halaman dan alur navigasi *website*. Tahap kelima adalah pembuatan *website* yang mengimplementasikan rancangan struktur ke dalam sistem *website* yang fungsional. Tahap keenam adalah input data UMKM yang memasukkan seluruh data dan foto UMKM ke dalam sistem *website*. Tahap ketujuh adalah pengujian *website* yang memastikan seluruh fitur *website* berjalan sesuai kebutuhan pengguna. Tahap kedelapan adalah publikasi *website* yang menerbitkan *website* agar dapat diakses oleh masyarakat umum. Setiap tahap dilakukan secara berurutan agar hasil akhir *website* sesuai dengan kebutuhan pengguna, sekaligus memudahkan evaluasi pada setiap fase pengembangan sehingga kesalahan pada satu tahap dapat segera diperbaiki sebelum berlanjut ke tahap berikutnya.

Pengujian *website* dilakukan menggunakan metode *black box testing* untuk memastikan fungsionalitas sistem berjalan sesuai kebutuhan pengguna (Hendri et al., 2020). Metode ini berfokus pada pengujian fungsi tanpa memeriksa struktur kode program secara internal dan dipilih karena kesederhanaannya dalam menguji fitur berbasis antarmuka pengguna (Uminingsih et al., 2022).

Pengujian dilakukan untuk memastikan beberapa aspek, yaitu kemampuan menu *website* untuk digunakan sehingga setiap tombol navigasi diuji untuk memastikan pengguna dapat berpindah antar halaman dengan lancar, kemampuan informasi 10 UMKM untuk ditampilkan sehingga data setiap UMKM diperiksa agar muncul secara lengkap pada halaman katalog, kejelasan informasi harga sehingga format angka dan mata uang diperiksa agar tidak menimbulkan kesalahan interpretasi, kemampuan tombol kontak untuk digunakan sehingga tombol tersebut diuji agar dapat mengarahkan pengguna langsung ke nomor kontak pemilik UMKM, kemampuan informasi lokasi untuk diakses sehingga tautan lokasi diuji agar dapat membuka peta atau alamat usaha dengan tepat dan kemampuan *website* untuk dibuka melalui perangkat komputer dan telepon seluler sehingga tampilan *website* diuji pada berbagai ukuran layar untuk memastikan kompatibilitas lintas perangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pendataan UMKM

Pendataan lapangan menghasilkan profil 10 UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi. Setiap profil mencakup nama usaha, jenis produk, harga, kontak dan lokasi. Data tersebut diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM. Tabel 1 menyajikan rekapitulasi data 10 UMKM yang menjadi objek pembuatan katalog digital ini.

Tabel 1. Rekapitulasi Data 10 UMKM Tempe dan Dages Desa Cinangsi

No.	Nama UMKM	Produk	Harga	Kontak	Lokasi
1	Tempe Ibu Warsiti	Tempe Kedelai	Rp1.000/bungkus	085725707804	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2
2	Tempe Ibu Samiatun	Tempe Kedelai	Rp1.000/bungkus	085328658890	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2
3	Tempe Ibu Sukarti	Tempe Kedelai	Rp500/bungkus kecil	085185037961	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2
4	Tempe Ibu Annisa	Tempe Kedelai	Rp800/bungkus	085878942054	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2
5	Tempe Ibu Watini	Tempe Kedelai	Rp1.000/bungkus	-	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2
6	Dages Pak Sudarmo	Dages	Rp700/bungkus	085641525909	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2
7	Dages Pak Untung	Dages	Rp1.000/bungkus	081227996923	Sabrang Lor Rt 6/Rw 2
8	Dages Ibu Sutirah	Dages	Rp1.000/bungkus	-	Sabrang Lor Rt 5/Rw 2

9	Dages Ibu Rubiyati	Dages	Rp1.000/bungkus	0882005747178	Sabrang Lor Rt 6/Rw 2
10	Dages Pak Suprpto	Dages	Rp700/bungkus	0895428489834	Sabrang Lor Rt 6/Rw 2

Hasil Pembuatan Website



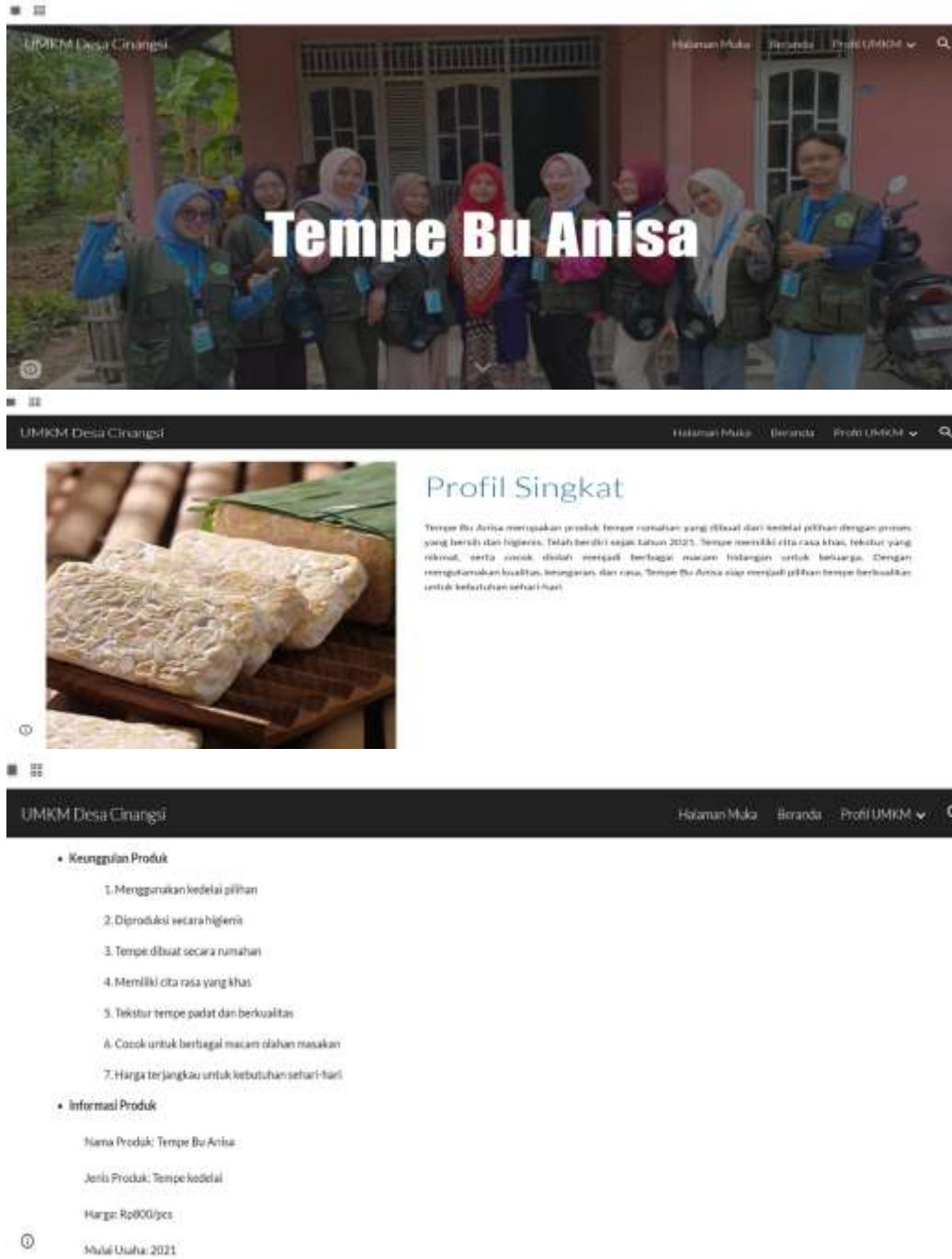
Gambar 1. Tampilan Halaman Muka

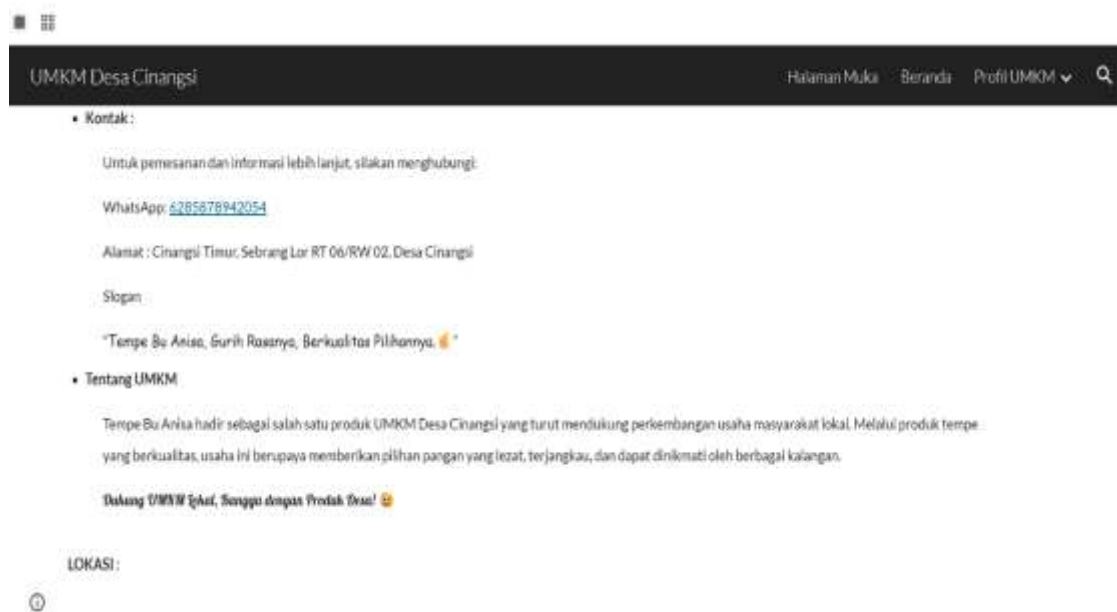
Website dibuat menggunakan google sites secara sederhana. Website tersebut dapat diakses secara daring melalui alamat <https://share.google/LdwGMu1tSa2mZiXR> . Hasil pembuatan website menghasilkan sebuah portal katalog digital bernama “UMKM Desa Cinangsi” yang dilengkapi menu navigasi berupa Halaman Muka, Beranda dan Profil UMKM. Halaman utama menampilkan identitas katalog melalui judul “UMKM Tempe dan Dages” yang dipadukan dengan foto dokumentasi kegiatan bersama pelaku UMKM serta keterangan lokasi “Desa Cinangsi Kecamatan Gandrungmangu” sehingga pengguna dapat langsung memahami tujuan website sejak awal kunjungan.



Gambar 2. Tampilan Profil UMKM

Menu Profil UMKM menyajikan submenu berupa daftar sepuluh pelaku usaha yang terdiri atas Tempe Bu Anisa, Tempe Bu Sukarti, Tempe Bu Warsiti, Tempe Bu Samiatun, Dages Pak Sudarmo, Dages Bu Rubiyati, Dages Pak Suprpto, Dages Bu Sutirah, Dages Pak Untung dan Dages Bu Watini, dengan setiap nama pada submenu tersebut mengarahkan pengguna langsung ke halaman detail milik UMKM yang bersangkutan tanpa harus melalui halaman katalog tersendiri.





Gambar 3. Tampilan Profil Pelaku UMKM

Setiap halaman detail UMKM menyajikan informasi lengkap mengenai satu pelaku usaha tertentu yang meliputi nama UMKM, profil singkat, foto produk, jenis produk, harga, kontak dan lokasi usaha sehingga konsumen dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai produk yang ditawarkan. Fitur kontak pada setiap halaman detail mengarahkan pengguna langsung ke nomor pemilik UMKM sehingga mempersingkat proses komunikasi antara konsumen dan pelaku usaha, sementara fitur lokasi mengarahkan pengguna ke Google Maps atau informasi alamat yang tersedia sehingga memudahkan konsumen menemukan tempat usaha secara akurat.

HASIL PENGUJIAN

Pengujian *website* dilakukan terhadap delapan aspek fungsional menggunakan metode *black box testing*. Setiap aspek diuji secara terpisah untuk memastikan tidak ada fitur yang terlewat. Tabel 2 menyajikan hasil pengujian fungsional *website* katalog digital UMKM Desa Cinangsi.

Tabel 2. Hasil Pengujian Fungsional Website

No.	Fitur yang Diuji	Hasil
1	Menu navigasi Halaman Muka dan Beranda	Berfungsi
2	<i>Dropdown</i> menu Profil UMKM	Berfungsi
3	Tautan submenu ke halaman detail 10 UMKM	Berfungsi
4	Informasi harga pada halaman detail	Berfungsi
5	Tombol kontak pada halaman detail	Berfungsi

6	Informasi lokasi pada halaman detail	Sebagian berfungsi
7	Tampilan melalui telepon seluler	Berfungsi
8	Navigasi antarhalaman	Berfungsi

Beberapa fitur yang diuji menunjukkan hasil berfungsi tanpa kendala berarti. Informasi Lokasi pada beberapa pelaku usaha tidak terdeteksi rute alamat karena tidak terjangkau pada google maps. Hasil pengujian tersebut membuktikan *website* cukup siap digunakan oleh masyarakat umum. Pengujian fungsional yang konsisten juga menjadi indikator kualitas sistem sebelum tahap publikasi (Ternando & Mulyono, 2022). Keberhasilan pengujian ini mendukung kelayakan *website* sebagai media informasi UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi.

PEMBAHASAN

Tempe merupakan produk pangan hasil fermentasi kedelai oleh kapang *Rhizopus* sp. yang menghidrolisis kandungan karbohidrat, protein dan lemak pada kedelai menjadi senyawa yang lebih sederhana sekaligus meningkatkan nilai gizinya (Kristiadi, 2022). Dages merupakan produk fermentasi berbahan dasar ampas kelapa (*Cocos nucifera* L.) yang diolah menggunakan mikroorganisme fermentatif hingga terjadi perubahan pada kandungan gizinya. Fermentasi ampas kelapa terbukti secara ilmiah mampu meningkatkan mutu bahan baku tersebut, ditandai dengan peningkatan kadar protein serta penurunan kandungan lignin dan serat kasar dibandingkan ampas kelapa yang belum difermentasi (Kurniawan, 2026). Kedua produk, tempe berbahan dasar kedelai dan dages berbahan dasar ampas kelapa, menjadi komoditas unggulan UMKM di Desa Cinangsi yang selama ini dipasarkan secara konvensional dan menjadi objek utama pembuatan katalog digital dalam penelitian ini.

Website katalog digital mengumpulkan informasi sepuluh UMKM tempe dan dages dalam satu platform terintegrasi sehingga mengatasi permasalahan data yang sebelumnya tersebar di berbagai sumber. Konsumen dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai produk UMKM tanpa harus mendatangi setiap lokasi usaha satu per satu, sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan sistem informasi berbasis web mampu menyatukan data UMKM secara efektif. *Website* ini juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi produk, harga, kontak dan lokasi UMKM yang berlaku kapan saja tanpa dibatasi jam operasional tertentu. Konsumen dapat membandingkan profil antar UMKM secara langsung melalui menu Profil UMKM sehingga berpotensi meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tempe dan dages Desa Cinangsi. Keberadaan *website* katalog digital ini menjadi langkah awal digitalisasi promosi UMKM tempe dan dages di Desa Cinangsi yang mendorong pelaku UMKM untuk lebih terbuka terhadap pemanfaatan media digital dalam menjalankan usaha. Digitalisasi promosi ini turut memperluas jangkauan pasar UMKM hingga ke luar wilayah desa sehingga memperkuat posisi UMKM tempe dan dages sebagai sektor usaha yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuat *website* katalog digital untuk UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi. *Website* tersebut memuat informasi 10 UMKM secara lengkap dan terstruktur. Informasi yang disediakan meliputi produk, harga, kontak dan lokasi setiap pelaku usaha. *Website* ini dapat digunakan sebagai media informasi sekaligus promosi digital bagi UMKM tempe dan dages Desa Cinangsi. Pengembangan lanjutan dapat diarahkan pada penambahan fitur transaksi daring dan integrasi media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Bisri, B., Fitra, S., Widyastuti, T., & Aria, R. R. (2024). Pengembangan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(6), 6052–6054. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i6.4904>
- Hendri, H., Hasiholan Manurung, J. W., Ferian, R. A., Hanaatmoko, W. F., & Yulianti, Y. (2020). Pengujian black box pada aplikasi sistem informasi pengelolaan masjid menggunakan teknik equivalence partitions. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v3i2.4694>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran UMKM (usaha, mikro, kecil, menengah) dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Kristiawati, K., Ayuni, N., Putri, Y. S., Tiya, D. A., Andri, N. A., Sunarto, N., Arif, M., & Umira, S. (2026). Pemanfaatan media promosi berbasis web untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner: Studi kasus pengabdian pada Matcha Depan Bengkalis. *IMPACT: Innovation for Meaningful Public and Community Transformation*, 3(1). <https://journal.uniga.ac.id/index.php/IMPACT/article/view/44084>
- Ternando, D., & Mulyono, H. (2022). Sistem informasi promosi berbasis web pada UMKM Jajanan Aulia. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(3), 487–500. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.3.185>
- Uminingsih, Ichsanudin, M. N., Yusuf, M., & Suraya. (2022). Pengujian fungsional perangkat lunak sistem informasi perpustakaan dengan metode black box testing bagi pemula. *STORAGE – Jurnal Ilmiah Teknik dan Ilmu Komputer*, 1(2), 1–8.
- Kristiadi, O. H. (2022). Tempe sebagai pangan fermentasi khas Indonesia: Literature review. *Jurnal Andaliman: Jurnal Gizi Pangan, Klinik dan Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.24114/jgpkkm.v2i2.40334>

Kurniawan, O., Suharnas, E., & Rita, W. (2026). Fermentasi ampas kelapa (*Cocos nucifera* L.) dengan mikroorganisme lokal (MOL) dan pengaruhnya terhadap fraksi serat. *Jurnal Inspirasi Peternakan*, 6(1), 30–40. <https://doi.org/10.36085/jinak.v6i1.10208>