ABDIFORMATIKA
Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika

Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

Penguatan Ekonomi Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA) Melalui Optimalisasi Sistem Informasi Website Untuk Penyebaran Informasi dan Promosi Digital

Paradise[1*], Chusnul Maulidina Hidayat[2], Maliana Puspa Arum[3]
[1]Program Studi Informatika, Universitas Telkom
[2,3]Program Studi Bisnis Digital, Universitas Telkom
*e-mail: paradise@telkomuniversity.ac.id

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
11.10.2025	21.10.2025	04.11.2025	25.11.2025

Abstract: *The Baturaden Beautiful Flower Community (KOBIBA) is a group of horticultural entrepreneurs focused on the cultivation and sale of cut flowers and ornamental plants in Baturaden District, Banyumas Regency. Despite its significant economic potential, product marketing is still dominated by traditional methods and has not yet utilized digital technology optimally. This Community Service Program aims to improve the community's competitiveness and marketing performance through the implementation of a website-based information system as a means of disseminating information, product catalogs, and digital promotional strategies. The website was developed as an online storefront that allows independent content management by KOBIBA administrators. The program includes identifying partner needs, outreach, website management training, mentoring, and evaluation. The results of the activities show an increase in the digital capacity of community members, the availability of a website as an official promotional medium, and the development of technology-based marketing patterns. This program aligns with SDGs points 8 and 9, particularly regarding strengthening the productive economy and developing community-based technology infrastructure.*
Keywords*: KOBIBA, digital marketing, information systems, horticulture, website, community empowerment.*

Abstrak: Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA) merupakan kelompok pelaku usaha hortikultura yang berfokus pada budidaya dan penjualan bunga potong dan tanaman hias di Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas. Meskipun memiliki potensi ekonomi besar, pemasaran produk masih didominasi cara tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja pemasaran komunitas melalui implementasi sistem informasi berbasis website sebagai sarana penyebaran informasi, katalog produk, dan strategi promosi digital. Website dikembangkan sebagai etalase online yang memungkinkan pengelolaan konten secara mandiri oleh pengurus KOBIBA. Program meliputi identifikasi kebutuhan mitra, sosialisasi, pelatihan pengelolaan website, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas digital anggota komunitas, tersedianya website sebagai media promosi resmi, serta berkembangnya pola pemasaran berbasis teknologi. Program ini sejalan dengan SDGs poin 8 dan 9, khususnya terkait penguatan ekonomi produktif dan pengembangan infrastruktur teknologi berbasis masyarakat.
Kata kunci: KOBIBA, digital marketing, sistem informasi, hortikultura, website, pemberdayaan masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Pada era transformasi digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi bagian penting dalam pengembangan perekonomian dan tata kelola bisnis masyarakat (S et al. 2024)(Putri, Hariyanti, and Kediri 2022)(M. Ikrar Budijaya 2025). Kemajuan internet dan perangkat digital telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk, membangun komunikasi bisnis, melakukan branding, dan memperluas jaringan pemasaran (Yahya and Bangsa 2025)(Sulistiani, Andalusi, and Wulansari 2025)(Sofyan Mufti Prasetiyo, Utomo, and Handoko 2022). Konsumen modern cenderung mencari informasi, membandingkan produk, hingga melakukan transaksi melalui media digital. Karena itu, keberadaan sistem informasi dan pemasaran digital bukan lagi sekadar pelengkap, tetapi menjadi kebutuhan strategis bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) agar mampu bertahan dan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Di Indonesia, UMKM memegang peranan besar terhadap perekonomian nasional, namun tidak sedikit yang menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital (Pratamansyah 2024)(Zhahirah, Wibowo, and Ramadhani 2023). Tantangan tersebut terutama terlihat pada UMKM di daerah yang masih bergantung pada pola pemasaran konvensional, keterbatasan literasi digital, minimnya pemahaman strategi pemasaran modern, dan tidak tersedianya media informasi resmi yang mampu memperkenalkan produk kepada pasar secara lebih luas. Padahal di sisi lain, digitalisasi telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas segmentasi pasar, serta memberikan peluang peningkatan omzet melalui integrasi teknologi yang tepat guna (Rosid 2025)(Riofita 2025).

Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

Dengan demikian, peningkatan kapasitas digital UMKM menjadi agenda penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal secara inklusif dan berkelanjutan (Sunarto, Putri, and Anggraini 2025).

Sejalan dengan itu, pembangunan ekonomi berbasis digital juga mendukung agenda global Sustainable Development Goals (SDGs), terutama tujuan ke-8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi serta tujuan ke-9 tentang Industri, Inovasi dan Infrastruktur. Kedua tujuan tersebut menekankan pentingnya peningkatan kapasitas masyarakat menuju ekonomi produktif yang memanfaatkan teknologi dan inovasi. Pemberdayaan digital bukan hanya memberikan nilai teknis, tetapi juga menjadi sarana memperkuat daya saing komunitas, meningkatkan efektivitas usaha, hingga mendorong terbentuknya masyarakat yang adaptif terhadap perubahan zaman.

Dalam konteks tersebut, Kecamatan Baturaden di Kabupaten Banyumas merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis hortikultura yang berkembang. Daerah ini dikenal sebagai kawasan wisata alam yang subur dan menjadi sentra tanaman hias dan bunga potong. Salah satu komunitas yang berperan besar dalam aktivitas ekonomi hortikultura di wilayah ini adalah Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA). Komunitas ini menghimpun para pembudidaya, perawat, dan pedagang tanaman hias yang menjadi bagian penting dalam peningkatan pendapatan masyarakat serta pengembangan identitas ekonomi kreatif Baturaden.

Meskipun memiliki potensi pasar yang besar, KOBIBA masih menghadapi kendala dalam memaksimalkan pemasaran produk. Proses promosi masih mengandalkan cara tradisional seperti membuka lapak fisik dan penjualan langsung. Informasi produk tidak tersentralisasi dan sebagian besar anggota belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas pada konsumen lokal, sehingga peluang perluasan pasar ke tingkat regional maupun nasional belum berkembang secara maksimal. Selain itu, kemampuan anggota dalam mengelola konten digital, promosi online, dan pemanfaatan website sebagai media pemasaran masih perlu ditingkatkan. Minimnya riset yang berfokus pada kebutuhan teknologi spesifik komunitas lokal menyebabkan berbagai permasalahan seperti keterbatasan literasi digital, tidak adanya media promosi terpusat, serta lemahnya kapasitas pengelolaan informasi digital belum teratasi secara optimal. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar urgensi program ini sebagai kontribusi inovatif untuk menjawab persoalan yang belum disentuh oleh penelitian sebelumnya

Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah program pemberdayaan yang mampu menjawab kesenjangan digital tersebut. Salah satu solusi strategis adalah pengembangan sistem informasi berbasis website yang menjadi etalase online komunitas dan dapat diakses kapan pun oleh calon pembeli. Website ini berfungsi untuk menampilkan profil komunitas, katalog produk, harga, dokumentasi kegiatan, informasi kontak, dan promosi digital lainnya. Pengembangan website ini juga harus dibarengi dengan pelatihan dan pendampingan agar anggota KOBIBA mampu mengelola sistem tersebut secara mandiri dan berkelanjutan.

2. METODE

Dalam menghadapi permasalahan yang dialami oleh Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA), diperlukan solusi yang tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga mampu memberikan dampak jangka panjang yang berkelanjutan. Permasalahan yang ada, mulai dari keterbatasan akses terhadap teknologi digital, rendahnya keterampilan manajerial, hingga terbatasnya strategi pemasaran, menuntut adanya pendekatan sistematis yang dapat menjawab kebutuhan riil masyarakat sasar. Oleh karena itu, solusi pengabdian masyarakat yang ditawarkan dirancang secara terintegrasi, melibatkan berbagai tahapan mulai dari analisis kebutuhan hingga evaluasi program.

Rangkaian kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal, meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan, serta menumbuhkan kemandirian ekonomi berbasis komunitas. Setiap tahapan program disusun agar saling berkesinambungan, di mana proses identifikasi kebutuhan akan menjadi dasar pengembangan, pelatihan berfungsi untuk membekali keterampilan baru, pendampingan menjamin keberlanjutan, dan evaluasi memastikan program berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kerangka tersebut, diharapkan KOBIBA mampu menjadi model pemberdayaan masyarakat yang adaptif, inovatif, dan relevan dengan tuntutan zaman.

a. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan Mitra
   Langkah pertama dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat bagi Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA) adalah melakukan identifikasi dan analisis kebutuhan

Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

mitra secara menyeluruh. Proses ini mencakup pemetaan kondisi nyata yang dihadapi komunitas, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun kemampuan teknologi. Identifikasi dilakukan melalui wawancara, diskusi kelompok, serta observasi langsung di lapangan agar diperoleh gambaran komprehensif mengenai potensi dan tantangan yang ada. Analisis kebutuhan ini bertujuan untuk merumuskan prioritas utama yang harus segera diatasi, sekaligus menentukan arah program yang relevan dengan tujuan pemberdayaan masyarakat. Dengan cara ini, kegiatan pengabdian yang dijalankan benar-benar menjawab permasalahan mendasar mitra, bukan sekadar program seremonial yang sulit berkelanjutan.

b. Kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan
Tahap berikutnya adalah pelaksanaan sosialisasi terkait pentingnya pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Dalam konteks KOBIBA, potensi utama terletak pada sektor ekonomi kreatif, khususnya produk olahan bunga dan hasil alam Baturaden yang memiliki daya tarik tersendiri. Sosialisasi ini akan dilaksanakan dalam bentuk pertemuan komunitas, seminar kecil, maupun kegiatan penyuluhan langsung dengan melibatkan tokoh masyarakat serta perwakilan pemerintah daerah. Tujuannya adalah menumbuhkan kesadaran kolektif bahwa pemberdayaan bukan hanya tanggung jawab individu, melainkan gerakan bersama. Melalui sosialisasi ini pula, masyarakat akan memahami manfaat jangka panjang dari kegiatan yang dijalankan, baik dari sisi peningkatan pendapatan, penguatan jejaring sosial, maupun pelestarian identitas lokal.

c. Pelatihan Peningkatan Kapasitas
Agar program pemberdayaan dapat berjalan optimal, masyarakat mitra perlu dibekali keterampilan yang memadai. Oleh karena itu, pelatihan peningkatan kapasitas akan menjadi bagian inti dari solusi yang ditawarkan. Pelatihan meliputi pengelolaan usaha kecil, strategi pemasaran digital, pemanfaatan teknologi informasi sederhana untuk promosi, hingga manajemen keuangan mikro. Selain itu, akan diberikan pula pelatihan mengenai inovasi produk agar hasil olahan KOBIBA memiliki diferensiasi di pasar yang semakin kompetitif. Pelatihan dilaksanakan secara partisipatif dengan metode praktik langsung sehingga masyarakat tidak hanya menerima teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam aktivitas sehari-hari. Dengan peningkatan kapasitas ini, diharapkan anggota komunitas dapat lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal yang mereka miliki.

d. Pendampingan dan Monitoring
Pelatihan yang diberikan tidak akan efektif tanpa adanya pendampingan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, program ini juga mencakup kegiatan pendampingan intensif yang dilakukan secara periodik. Pendampingan meliputi aspek teknis, manajerial, hingga strategi pemasaran agar masyarakat tidak hanya mampu memulai, tetapi juga mengembangkan usaha secara konsisten. Tim pengabdian akan berperan sebagai fasilitator, mentor, sekaligus mitra diskusi dalam menghadapi berbagai permasalahan yang muncul di lapangan. Selain pendampingan, sistem monitoring juga diterapkan untuk memastikan seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Monitoring dilakukan melalui evaluasi mingguan dan bulanan, laporan perkembangan usaha, serta forum umpan balik dengan anggota komunitas. Dengan pendekatan ini, setiap kendala dapat segera diidentifikasi dan ditangani sehingga tidak menjadi hambatan besar dalam keberlanjutan program.

e. Evaluasi dan Penyempurnaan Program
Tahap terakhir dari rangkaian solusi adalah evaluasi dan penyempurnaan program. Evaluasi dilakukan dengan mengukur ketercapaian tujuan, dampak ekonomi dan sosial yang dirasakan masyarakat, serta tingkat partisipasi anggota komunitas dalam setiap kegiatan. Evaluasi dilaksanakan secara transparan dengan melibatkan seluruh pihak terkait, baik tim pengabdian, pengurus KOBIBA, maupun anggota masyarakat. Hasil evaluasi kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi penyempurnaan program di masa mendatang. Dengan demikian, pengabdian masyarakat tidak berhenti sebagai kegiatan sementara, melainkan berkembang menjadi sistem pemberdayaan yang berkesinambungan. Penyempurnaan program juga mencakup pengembangan jejaring kerja sama yang lebih luas, baik dengan pemerintah, swasta, maupun institusi pendidikan, sehingga keberadaan KOBIBA semakin kuat sebagai komunitas yang mandiri dan berdaya saing tinggi.

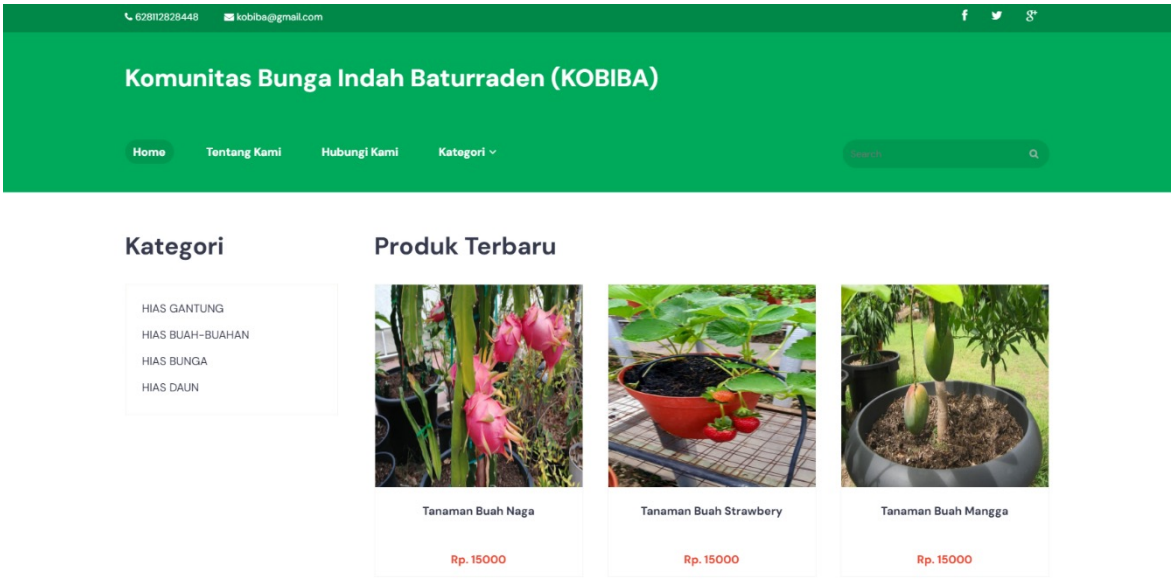
Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA) dimulai dengan kegiatan identifikasi dan analisis kebutuhan mitra. Tahap ini menjadi fondasi penting untuk memahami kondisi nyata yang dihadapi oleh komunitas sebelum intervensi dilakukan. Melalui wawancara, observasi langsung, dan diskusi kelompok, diperoleh informasi bahwa sebagian besar anggota komunitas masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital, terutama dalam pengelolaan media informasi dan promosi berbasis teknologi. Pemasaran produk tanaman hias selama ini masih mengandalkan metode tradisional seperti membuka lapak fisik, menunggu datangnya pembeli, atau mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Selain itu, belum tersedia media informasi resmi yang mampu menampilkan profil komunitas, katalog produk, harga, maupun dokumentasi kegiatan secara terpusat. Hasil identifikasi inilah yang kemudian menjadi dasar dalam merancang solusi teknologi yang sesuai kebutuhan dan tingkat kemampuan anggota komunitas.

Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, tim pengabdian kemudian merancang sistem informasi berbasis website yang sederhana, mudah diakses, namun tetap fungsional sebagai etalase digital komunitas. Website dikembangkan dengan memuat struktur menu penting seperti profil komunitas, katalog tanaman, produk terbaru, informasi harga, dan kontak layanan. Integrasi media sosial juga disiapkan agar promosi digital dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Setelah website selesai diuji dan dinilai memenuhi kebutuhan informasi pengguna, dilaksanakan sosialisasi kepada anggota komunitas. Pada tahap ini, diperkenalkan manfaat website dalam pemasaran digital, alur penggunaan menu, serta pentingnya pengelolaan konten secara konsisten agar website mampu memberikan dampak promosi yang signifikan. Sosialisasi ini juga sekaligus membangun kesadaran dan pemahaman awal komunitas mengenai peran teknologi sebagai sarana peningkatan daya saing usaha. Kegiatan pelatihan pengelolaan website dilaksanakan dalam 2–3 sesi masing-masing ±120 menit, mencakup materi: manajemen konten website, publikasi konten digital, dan penguatan identitas visual UMKM. Pada pelatihan website ini terdapat peningkatan pengetahuam sebanyak 90% dari hasil pre-test dan post-test yang dilakukan kepada pengelola KOBIBA.

Tim PKM juga mendampingi dalam pengelolaan dan implementasi website selama 4-6 minggu implementasi untuk memastikan bahwa website aktif digunakan sebagai sarana informasi komunitas, minimal 5 unggahan konten promosi baru dipublikasikan. Pada kegiatan ini pengelola KOBIBA mampu menambahkan konten-kontem digital kedalam website KOBIBA.



Gamba1 1. Website KOBIBA

Tahap berikutnya adalah pelatihan dan bimbingan teknis yang bertujuan membekali anggota komunitas dengan keterampilan praktis dalam mengelola konten website. Pelatihan dilakukan secara langsung agar peserta dapat mempraktikkan setiap materi yang diberikan. Anggota komunitas dilatih untuk mengunggah foto produk, memperbarui deskripsi tanaman, menambahkan harga, membuat

Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

kategori baru, serta mengedit halaman utama website. Selain itu, diberikan pengantar strategi promosi digital sederhana, seperti teknik penulisan deskripsi produk yang menarik, pemilihan foto yang mendukung branding, serta cara membagikan tautan website melalui media sosial. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan anggota komunitas sebesar 90% pada pengelola KOBIBA dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Peserta tidak lagi sekadar bergantung pada metode pemasaran tradisional, tetapi mulai mengadopsi cara baru yang lebih efektif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar modern.



Gambar 2. Pelatihan dan Bimbingan Teknis Pengelolaan Website

Agar pelatihan tidak berhenti sebagai kegiatan sesaat, tim pengabdian melakukan pendampingan dan monitoring secara berkala. Dalam tahap ini, dilakukan pemantauan rutin terhadap aktivitas pembaruan konten, asistensi terhadap kendala teknis, serta evaluasi efektivitas promosi digital yang telah berjalan. Pendampingan ini memberikan kesempatan bagi anggota komunitas untuk berkonsultasi langsung setiap kali menemukan kesulitan dalam menjalankan sistem. Hasil monitoring menunjukkan bahwa pembaruan konten mulai dilakukan secara lebih teratur, terutama pada bagian produk dan informasi kegiatan komunitas. Bahkan, beberapa anggota telah mampu menggabungkan penggunaan website dengan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi. Sejumlah kendala teknis seperti pengaturan foto atau akses internet berhasil diatasi secara bertahap melalui pendampingan langsung. Pada titik ini, kemampuan komunitas dalam mengoperasikan website mulai menunjukkan perkembangan signifikan.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan penyempurnaan program. Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak program terhadap peningkatan kapasitas digital anggota serta kontribusinya terhadap perkembangan pemasaran komunitas. Hasil evaluasi memperlihatkan bahwa penerapan sistem informasi berbasis website telah memberikan perubahan positif, terutama dalam hal kemudahan akses informasi bagi konsumen, tersedianya media promosi yang lebih profesional, serta meningkatnya kesadaran komunitas terhadap pentingnya promosi digital. Anggota komunitas juga mulai memahami bahwa kehadiran website tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi jangka pendek, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang yang memperkuat citra dan keberlanjutan usaha. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, dilakukan penyempurnaan tampilan, penyesuaian konten, serta pembuatan panduan teknis tambahan untuk memastikan bahwa website dapat terus dikelola secara mandiri oleh komunitas.

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab kebutuhan dasar komunitas terhadap media promosi digital yang mudah digunakan dan bermanfaat secara langsung bagi pengembangan usaha. Program ini tidak hanya menghasilkan sistem informasi yang berfungsi sebagai etalase digital KOBIBA, tetapi juga meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat pemasaran modern. Dampak program dapat dirasakan baik dari sisi teknis, manajerial, maupun peningkatan kepercayaan diri komunitas dalam bersaing di era ekonomi digital. Dengan demikian, program ini tidak sekadar memberikan solusi teknis, tetapi juga membangun fondasi pengembangan ekonomi komunitas yang lebih adaptif, modern, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA) menunjukkan bahwa optimalisasi sistem informasi berbasis website mampu

Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

memberikan dampak nyata terhadap penguatan kapasitas digital dan peningkatan kualitas pemasaran komunitas. Melalui rangkaian kegiatan mulai dari identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan, hingga evaluasi, terlihat bahwa anggota komunitas mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi sebagai media promosi dan penyebaran informasi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa website yang dikembangkan berhasil menjadi etalase digital yang menampilkan profil komunitas, katalog tanaman, dan informasi usaha secara terstruktur dan mudah diakses. Keberadaan website ini membantu konsumen memperoleh informasi tanpa harus datang langsung ke lokasi, sekaligus memperluas jangkauan pemasaran KOBIBA ke luar wilayah Baturaden. Selain itu, pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan berhasil meningkatkan kemandirian anggota komunitas dalam mengelola konten, memperbarui informasi, dan menerapkan strategi promosi digital yang lebih efektif.

Program ini juga memberikan kontribusi pada peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital serta mendorong terbentuknya pola pikir baru yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa implementasi sistem informasi berbasis website tidak hanya menjadi solusi teknis, tetapi juga strategi pemberdayaan yang berkelanjutan dalam memperkuat ekonomi masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, khususnya pada aspek pertumbuhan ekonomi inklusif (SDG 8) dan penguatan infrastruktur teknologi (SDG 9), serta berpotensi direplikasi pada komunitas lokal lainnya sebagai model pemberdayaan digital berbasis potensi daerah.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, direkomendasikan agar pengelolaan website KOBIBA dilakukan secara berkelanjutan melalui pembaruan konten promosi dan informasi komunitas secara rutin, sehingga website dapat terus menjadi media yang efektif dalam menarik calon pembeli dan memperkuat eksistensi usaha di ranah digital. Selain itu, diperlukan pengembangan fitur lanjutan pada website, seperti katalog produk, sistem pemesanan, atau integrasi dengan media sosial, agar proses pemasaran dapat berjalan lebih optimal dan memberikan kemudahan bagi pengguna.

Kegiatan ini juga mendorong perlunya pelatihan lanjutan terkait manajemen konten digital, copywriting, serta analitik website untuk meningkatkan kapasitas peserta dalam menyusun materi promosi yang lebih menarik dan terukur dampaknya. Agar keberlanjutan pengelolaan website lebih terjamin, komunitas disarankan untuk membentuk tim khusus yang bertanggung jawab terhadap pemeliharaan sistem dan publikasi konten secara berkala. Di samping itu, kemitraan dengan pihak eksternal seperti perguruan tinggi, pemerintah daerah, pelaku industri kreatif, atau penyedia platform digital diharapkan terus diperluas guna membuka peluang kolaborasi, akses teknologi, dan potensi pasar yang lebih luas bagi usaha anggota KOBIBA.

.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM menyampaikan terima kasih kepada Universitas Telkom atas dukungan pendanaan serta fasilitas yang diberikan sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi mitra sasaran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Komunitas Bunga Indah Baturaden (KOBIBA) yang telah berpartisipasi aktif, memberikan waktu, dukungan, dan kerja sama selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung. Tanpa komitmen dan keterlibatan dari seluruh pihak tersebut, program penguatan kapasitas digital melalui optimalisasi sistem informasi website ini tidak akan mencapai hasil yang maksimal. Semoga kolaborasi ini dapat menjadi dasar bagi kerja sama yang lebih luas dan berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

M. Ikrar Budijaya, Mahyudin Situmeang. 2025. “All Fields of Science J-LAS All Fields of Science J-LAS.” 5(2): 1–13.

Pratamansyah, Surya Ryan. 2024. “Transformasi Digital Dan Pertumbuhan UMKM : Analisis Dampak Teknologi Pada Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia.” 2(2): 1–17.

Putri, Oktaria Ardika, Sri Hariyanti, and Iain Kediri. 2022. “Review Artikel : Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen.” 1(1).

Riofita, Hendra. 2025. “Peran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Nasional Di Era Digital Program Studi Pendidikan Ekonomi , Universitas Islam Negeri Sultan Syarif.” 9: 5126–30.

Rosid, Abdul. 2025. “Meningkatkan Strategi Bisnis Di Era Digital Guna Meningkatkan Omzet Penjualan.” 4(6): 1397–1403.

Vol. 5, No. 2 - November 2025, Hal. 88-94
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i2.279

S, Dawam Sahrin Najah et al. 2024. "DAN BISNIS DI ERA DIGITAL Universitas Pembangunan Nasional ' Veteran ' Jawa Timur Universitas Pembangunan Nasional ' Veteran ' Jawa Timur." 1(5): 8–16.

Sofyan Mufti Prasetiyo, Dini Hadiati, Fajar Aji Pangestu Utomo, and Setyo Handoko. 2022. "DIGITAL MARKETING DAN MEMBANGUN BRANDING." 01(6): 1000–1005.

Sulistiani, Sinta, Ratih Andalusi, and Retno Wulansari. 2025. "Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Guna Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menegah Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang." 5(2): 691–98.

Sunarto, Ading, Aldila Rahma Putri, and Anggun Anggraini. 2025. "Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Inovasi Dan Digitalisasi Pada UMKM Jaringan Wirausaha (Jawara) Di Wilayah Bojongsari Depok." 5(2): 514–23.

Yahya, Tubagus, and Universitas Bina Bangsa. 2025. "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah."

Zhahirah, Alfiyyah, Septiani Putri Wibowo, and Ananda Ramadhani. 2023. "Peluang Dan Tantangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Era Digital." 7: 30352–56.