

PENGEMBANGAN WEBSITE SURABAYA DESIGN CENTER (STUDI KASUS TAMAN WISATA KAYOON SURABAYA)

**Amalia Nur Alifah¹⁾, Rizky Fenaldo Maulana^{2)*}, Domingo Bayu Baskara³⁾, Fajrul Falah Arrafi⁴⁾,
Qothrunnadaa Nahdah Dzakiyyah⁵⁾, Ananda Taqhsya Dwiyanah⁶⁾**

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Fakultas Teknologi Industri dan Bisnis, Institut Teknologi Telkom Surabaya

email: amalialifah@ittelkom-sby.ac.id, aldo@ittelkom-sby.ac.id*, domi@ittelkom-sby.ac.id,
qothrunnadaa.nahdah.21@student.db.ittelkom-sby.ac.id, ananda.taqhsya.21@student.ds.ittelkom-sby.ac.id

Abstract

In the ever-evolving digital era, the importance of digital marketing as a key tool in promoting businesses and services is increasingly apparent. The Kayoon area, which was originally the center of the decorative stone and jewelry trade in Surabaya, has experienced a decline in visits along with the impact of the COVID-19 pandemic. As a solution, the Surabaya City Government in collaboration with ADIDES and PK-KPBI ITS, along with IT Telkom Surabaya, initiated a revitalization by turning Kayoon into the Surabaya Design Centre (SDC). SDC aims to be an Urban Education area and a center for branding original handicraft products, but faces challenges in visibility and interaction in the digital era. To overcome this, a community service program is designed to assist SDC in improving the promotion of its business, products, and services digitally through website creation, social media, and Google Business registration. With the implementation of this digital marketing strategy, it is hoped that SDC can strengthen its reputation as a center of innovation and creativity, expand audience reach, and create new business opportunities within the design community. Thus, this community service program activity is expected to help the Kayoon community to get more benefits and new opportunities in this digital era.

Keywords: Co-Working, Design Centre, EduTourism, Website

Abstrak

Dalam era digital yang terus berkembang, pentingnya pemasaran digital sebagai alat utama dalam mempromosikan bisnis dan layanan semakin mencuat. Kawasan Kayoon, yang pada awalnya merupakan pusat perdagangan batu hias dan perhiasan di Surabaya, mengalami penurunan kunjungan seiring dengan dampak pandemi COVID-19. Sebagai solusi, Pemkot Surabaya bekerja sama dengan ADIDES dan PK-KPBI ITS, bersama IT Telkom Surabaya, menginisiasi revitalisasi dengan menjadikan Kayoon sebagai Surabaya Design Centre (SDC). SDC bertujuan menjadi kawasan Eduwisata Perkotaan dan pusat branding produk kerajinan tangan orisinal, namun menghadapi tantangan dalam visibilitas dan interaksi di era digital. Untuk mengatasi hal tersebut, program pengabdian masyarakat dirancang untuk membantu SDC dalam meningkatkan promosi bisnis, produk, dan layanannya secara digital melalui pembuatan website, media sosial, dan pendaftaran Google Business. Dengan implementasi strategi pemasaran digital ini, diharapkan SDC dapat memperkuat reputasi sebagai pusat inovasi dan kreativitas, memperluas jangkauan audiens, dan menciptakan peluang bisnis baru di tengah komunitas desain. Sehingga, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat membantu masyarakat Kayoon untuk lebih mendapatkan manfaat dan kesempatan baru dalam era digital ini.

Kata kunci : Co-Working, Design Centre, Eduwisata, Website

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media pemasaran digital telah menjadi salah satu alat yang penting dan efektif untuk mempromosikan perusahaan, produk, dan layanan. Media periklanan digital terdiri dari kumpulan beberapa layanan, antara lain website, media sosial, dan Google Business. Media periklanan tidak lagi sebatas media cetak dan media elektronik berbasis televisi dan radio yang mahal, namun ada alternatif lain yang berbiaya rendah dan mudah diakses jangkauan dalam skala besar ke seluruh dunia. Salah satu cara untuk menggunakan Internet adalah dengan membuat situs web [1]. Pembuatan website dapat digunakan sebagai salah satu strategi peningkatan dan penjualan produk [2].

Selain berfungsi sebagai media komunikasi, internet juga dapat digunakan untuk melayani dan menyediakan informasi. Internet memainkan peran penting dalam perkembangan manusia pada abad ini. Salah satu jenis konten atau isi internet adalah media online yang menyajikan data perorangan maupun perusahaan dalam bentuk berita secara daring [3]. Website merupakan salah satu jenis media online. Fungsinya tidak terbatas hanya pada penyebaran informasi, melainkan dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengelola toko online. Website berperan sebagai wajah perusahaan di dunia maya dan memberikan kehadiran online yang kuat [4].

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pengembangan website telah banyak dilakukan. Salah satunya adalah pengembangan website kampung wisata edukasi Ondomohen Surabaya yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dan memperluas jangkauan pemasaran [5]. Selain itu terdapat juga kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dalam pengembangan website untuk bisnis furniture di Surabaya. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk menambah media promosi serta memperkenalkan produk ke konsumen yang lebih luas [6].

Bisnis co-working space tengah mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia saat ini, sehingga menjadi hal yang perlu

diperhatikan. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan bisnis ini adalah kenaikan jumlah co-working space sebanyak 400 antara tahun 2016 dan 2018, seperti yang dilaporkan oleh Asosiasi Ruang Kerja Indonesia. [7].

Semenjak ditetapkan sebagai Taman Wisata Kayoon, Pasar Batu Permata “Akik” terlengkap di Surabaya Namanya semakin terkenal di Dunia. Batu permata merupakan suatu jenis mineral yang terbentuk melalui proses geologi, dengan komposisi unsur satu atau lebih yang memiliki nilai jual tinggi dan diminati oleh para kolektor. Salah satu contoh batu mulia yang termasuk dalam kategori batu permata adalah batu safir, atau sering disebut sebagai batu sapphire [8].

Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah kurangnya visibilitas, interaksi, dan reputasi SDC di era digital. Dimana salah satu solusi revitalisasi yang dapat mengatasi permasalahan ini adalah dengan menjadikan Kayoon sebagai Surabaya Design Centre. Untuk mencapai keefektifan SDC dalam promosi bisnis, produk, serta layanannya, maka perlu adanya suatu website SDC.

Surabaya Desain Centre (SDC) merupakan suatu program dengan tujuan untuk menjadikan Kayoon sebagai kawasan Eduwisata Perkotaan serta menjadi pusat branding design produk kerajinan tangan orisinal dan pengembangan ilmu pengetahuan bisnis berbasis digital. SDC juga merupakan pusat inovasi dan kreativitas di Surabaya yang berfokus pada layanan desain, pelatihan, dan ruang kerja bagi para desainer (Co-Working Space, Design Centre, Eduwisata, dan City Branding).

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu SDC dalam membuat website, media sosial, dan Google Business register hingga optimasinya, sebagai upaya untuk memaksimalkan promosi bisnis SDC secara digital.

Pada akhirnya, dengan dibuatnya media promosi dan pemasaran secara digital ini, diharapkan SDC dapat lebih dikenal masyarakat luas karena promosi digital yang lebih maksimal dan adanya business process improvement. Selain itu, pembaruan situs

website, peningkatan kehadiran di media sosial, pemasaran konten, serta kolaborasi dengan influencer dan komunitas desain juga akan dilakukan [9]. Dengan implementasi strategi ini, diharapkan SDC dapat memperkuat reputasi mereka sebagai pusat inovasi dan kreativitas, memperluas jangkauan audiens, dan menciptakan peluang bisnis baru di dalamnya.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Eduwisata Perkotaan di Kayoon memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata edukasi yang menarik dan bermanfaat bagi masyarakat. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi dalam proses implementasinya. Pertama, kurangnya pemahaman masyarakat mengenai konsep Eduwisata Perkotaan dan manfaatnya, khususnya mengenai desain produk kerajinan tangan orisinal. Keterbatasan pengetahuan ini dapat menjadi hambatan dalam mempromosikan produk-produk tersebut, sehingga mengurangi minat dan partisipasi masyarakat untuk mengunjungi serta memanfaatkan fasilitas yang tersedia.

Sehingga, agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang Eduwisata Perkotaan dan desain produk kerajinan tangan orisinal, perlu diadakan kampanye pemasaran yang mencakup Co-Working Space dan Design Centre. Melalui kampanye ini, Co-Working Space dan Design Centre dapat menjadi media untuk memberikan pemahaman tentang konsep Eduwisata Perkotaan dan manfaatnya, sekaligus meningkatkan daya tarik produk kerajinan tangan orisinal.

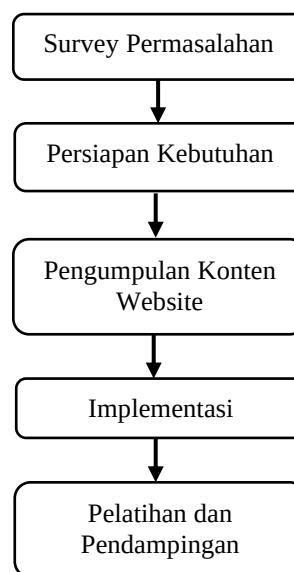
Kedua, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai kawasan Eduwisata Perkotaan seperti Kayoon dapat menjadi masalah. Potensi desain produk kerajinan tangan orisinal yang dimiliki oleh kawasan tersebut mungkin belum tersosialisasi dengan baik, mengakibatkan rendahnya kesadaran akan keberadaannya. Dampaknya, minat pengunjung dan partisipasi dalam aktivitas di kawasan tersebut serta pembelian produk dapat terpengaruh secara negatif.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kampanye promosi melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya. Dengan melibatkan media sosial, website, dan platform digital lainnya akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Kayoon sebagai destinasi Eduwisata Perkotaan, serta mempromosikan keunikan dan kualitas produk kerajinan tangan orisinal di kawasan tersebut.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

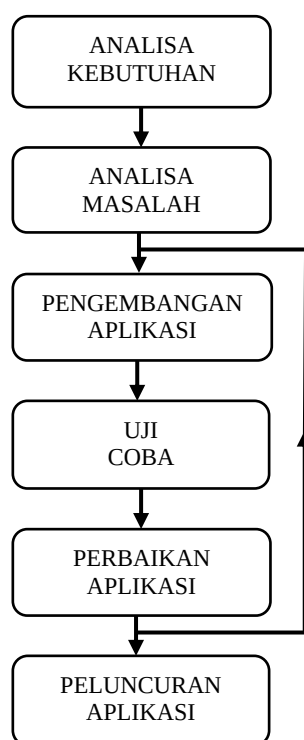
Pelaksanaan Pengembangan website ini diawali dengan analisis dan riset pasar, analisis pasar desain produk kerajinan dan pengembangan pengetahuan bisnis berbasis digital di Surabaya. Selanjutnya pengumpulan data dilakukan dengan survey di Kawasan Pasar Kayoon untuk mengetahui produk-produk apa saja yang dijual di Kawasan tersebut.

Setelah analisis riset pasar serta data diperoleh, berikutnya perencanaan strategi pemasaran digital disusun, salah satunya adalah dengan mengembangkan website. Berikutnya pembuatan website serta pengembangan website dilakukan dengan menginputkan berbagai produk yang ada di Kawasan Pasar Kayoon.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Website yang telah dikembangkan ini dinamakan dengan Website Surabaya Design Centre. Selanjutnya peningkatan kualitas dan kegunaan website Surabaya Design Centre juga telah dilakukan. Setelah itu, kampanye periklanan dan kemitraan dilakukan untuk meningkatkan visibilitas dan minat pengunjung. Pelatihan dan pendampingan juga dilakukan kepada para UMKM di Kawasan Pasar Kayoon. Terakhir, evaluasi dan pembuatan laporan kegiatan dilakukan. Keseluruhan proses kpelaksanaan kegiatan juga ditampilkan pada gambar 1.



Gambar 2. Alur Pembuatan Website

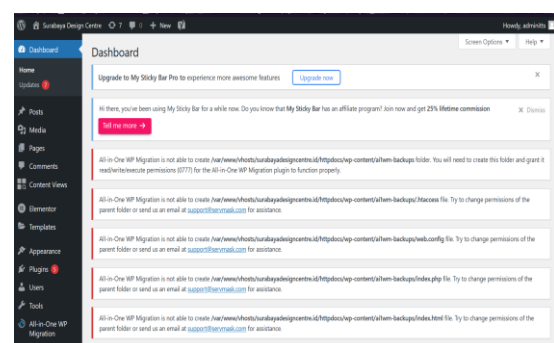
Sedangkan tahapan awal yang dilakukan dalam pembuatan website analisa kebutuhan, yaitu mencari tahu apa yang dibutuhkan dalam pembuatan website tersebut. Setelah Analisa kebutuhan, maka tahapan berikutnya adalah analisa masalah, yaitu mencari tahu permasalahan yang muncul yang dapat diselesaikan. Permasalahan yang muncul pada Kawasan Pasar Kayoon adalah menurunnya Tingkat penjualan yang sangat drastic pada hamper seluruh UMKM yang ada di Kawasan Pasar Kayoon tersebut. Permasalahan ini muncul sejak adanya kasus Covid-19 di

Indonesia, khususnya Kota Surabaya. Solusi yang diberikan dari permasalahan ini adalah pengembangan website Surabaya Design Centre, yang harapannya website ini dapat mengenalkan produk-produk penjualan di Kawasan Pasar Kayoon melalui website Surabaya Design Centre sehingga hasil penjualan dapat meningkat secara bertahap.

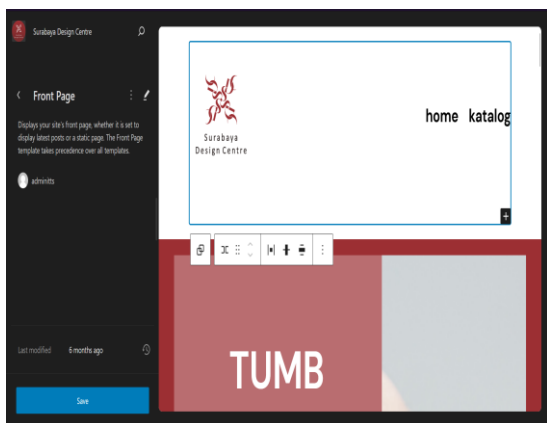
Berikutnya, pengembangan website dilakukan dengan merancang dan membangun website sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang sudah ditentukan sebelumnya. Setelah website berhasil dibangun, selanjutnya dilakukan uji coba, yaitu melakukan uji coba untuk mengetahui apakah ada yang salah pada website, seperti tampilan yang kurang tersusun dengan rapi, dan lain sebagainya. Setelah uji coba, maka Langkah berikutnya yang dilakukan adalah perbaikan program, yaitu jika dirasa ada suatu bug atau kesalahan, akan diperbaiki programnya yang salah tadi. Terakhir, setelah tidak ada kesalahan pada website, maka dilakukan peluncuran website. Alur pembuatan website secara ringkas ditampilkan pada gambar 2.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

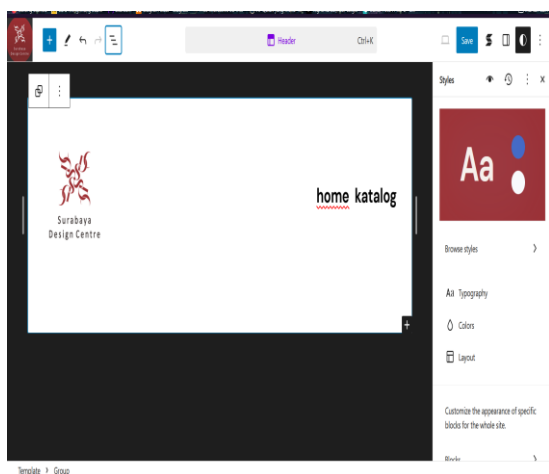
Proses pembuatan website dilakukan dengan menggunakan CMS (*Content Management System*). Penggunaan Wordpress ini dilakukan karena untuk kebutuhan website ini yang pada dasarnya merupakan profil web untuk “Surabaya Design Centre” sudah cukup jika menggunakan CMS untuk membuat suatu website. Tampilan utama dari wordpress ditampilkan pada gambar 3.



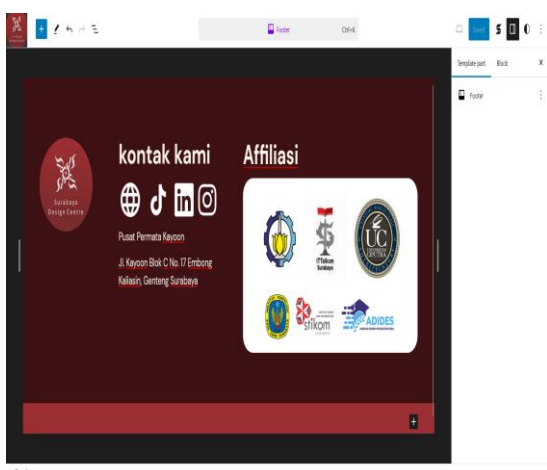
Gambar 3. Tampilan Utama dari Wordpress



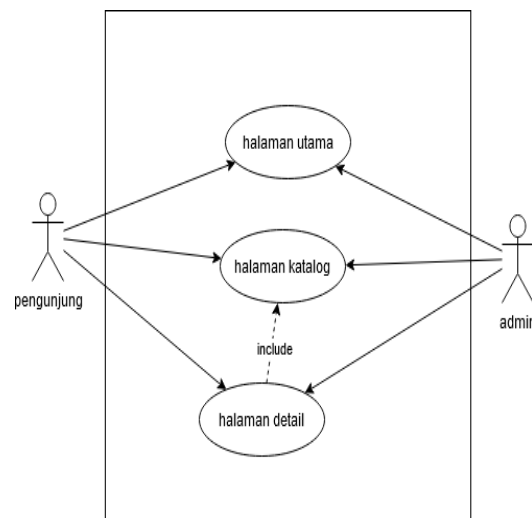
Gambar 4. Tampilan untuk Editing



Gambar 5. Pembuatan Template Header



Gambar 6. Tampilan Footer



Gambar 7. Diagram Use Case

Berikutnya, untuk membuat tampilan website pada wordpress cukup membuat template dari beberapa komponen. Tampilan untuk pembuatan website ditampilkan pada gambar 4. Selanjutnya, terdapat beberapa komponen yang digunakan dalam pembuatan website, yaitu *header* dan *footer*. Pembuatan template *header* ditampilkan pada gambar 5, sedangkan template *footer* ditampilkan pada gambar 6.

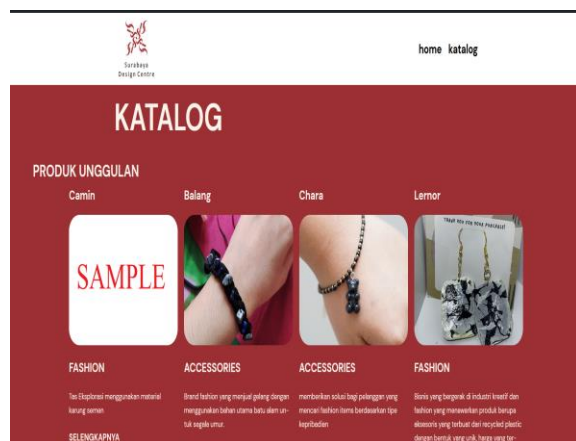
Header ditempatkan di paling atas dan akan muncul di semua halaman baik halaman utama ataupun halaman detail. Sedangkan *footer* ditempatkan paling bawah dan akan muncul di setiap halaman juga. Pada komponen ini akan ditampilkan logo SDC, kontak dan lembaga/ perguruan tinggi yang telah berafiliasi dalam melakukan proyek ini. Selanjutnya, pada gambar 7 juga ditampilkan *use case* pada website Surabaya Design Centre. Website ini terdiri dari 3 halaman, yaitu halaman utama, halaman katalog, dan halaman detail.

Hasil dari perancangan dan pembuatan website pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini nantinya akan digunakan masyarakat untuk mengetahui seputar SDC (Surabaya Design Centre) melalui website tersebut. Hasil dari pembuatan website untuk saat ini dibuat menjadi 3 halaman, yaitu

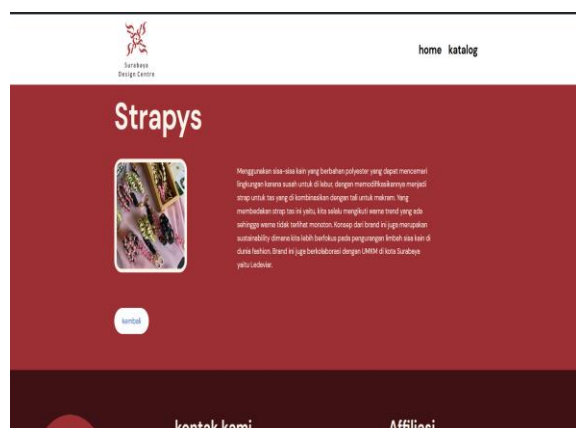
halaman home, halaman katalog dan halaman detail. Tampilan halaman utam ditunjukkan pada gambar 8. Sedangkan halaman katalog ditampilkan pada gambar 9, dan halaman detail ditampilkan pada gambar 10.



Gambar 8. Tampilan Halaman Utama



Gambar 9. Tampilan Halaman Katalog



Gambar 10. Tampilan Halaman Detail

Halaman utama merupakan halaman yang akan menjadi halaman pertama yang akan muncul setelah mengakses halaman yang berisi informasi dasar mengenai SDC seperti pengertian dari SDC kemudian alasan SDC terbentuk, dan lain sebagainya. Sedangkan halaman katalog merupakan halaman yang berisi katalog dari produk usaha Eduwisata Kayoon yang kebanyakan berupa produk permata serta batu akik. Bagian terakhir, yaitu halaman detail merupakan halaman yang akan ditampilkan jika memilih salah satu item dari katalog. Halaman ini berisi detail dari produk yang sudah dipilih sebelumnya.



Gambar 10. Peresmian Website SDC

Website Surabaya Design Centre yang telah dikembangkan oleh tim kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang telah dijelaskan secara detail di atas telah dibuka sejak kegiatan peresmian program Surabaya Design Centre di Kayoon Surabaya seperti yang ditampilkan pada gambar 10. Pada kegiatan tersebut dihadiri oleh beberapa pemilik UMKM Kawasan Pasar Kayoon, Pemerintah Kota Surabaya, serta tim Pengabdian kepada Masyarakat. Pada kegiatan ini di *launching* website Surabaya Design Centre serta dilakukan pelatihan kepada para pemilik UMKM terkait penggunaan website ini.

Dengan adanya website ini, harapannya dapat mengenalkan produk-produk penjualan di Kawasan Pasar Kayoon melalui website Surabaya Design Centre sehingga hasil penjualan dapat meningkat secara bertahap pasca Covid-19 yang terjadi di Indonesia, khususnya Kota Surabaya.

5. KESIMPULAN

Pada era digital, pemasaran digital menjadi kunci penting dalam mempromosikan perusahaan, produk, dan layanan. Penggunaan media periklanan digital, seperti website, media sosial, dan Google Business, memberikan alternatif yang efektif dan terjangkau untuk meningkatkan visibilitas bisnis. Fokus pada revitalisasi Kayoon menjadi Surabaya Design Centre (SDC) sebagai kawasan Eduwisata Perkotaan dan pusat branding produk kerajinan tangan orisinil mencerminkan upaya mengatasi permasalahan kurangnya visibilitas, interaksi, dan reputasi SDC di era digital.

Pemasaran yang mencakup Co-Working Space dan Design Centre direalisasikan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep Eduwisata Perkotaan dan produk kerajinan tangan orisinil. Selain itu, kampanye promosi melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap Kayoon sebagai destinasi Eduwisata Perkotaan.

Analisis dan riset terhadap pasar, perencanaan strategi pemasaran digital, pengembangan website, kampanye periklanan, dan evaluasi menghasilkan implementasi program pengabdian masyarakat yang mencakup pengembangan website SDC, peningkatan visibilitas, dan kampanye periklanan untuk meningkatkan minat pengunjung. Implementasi ini juga diharapkan dapat memperkuat reputasi SDC sebagai pusat inovasi dan kreativitas, memperluas jangkauan audiens, serta menciptakan peluang bisnis baru di komunitas desain.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak LPPM Institut Teknologi Telkom Surabayakarena telah memberidukung finansial sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa terlaksanserta mengucapkan terima kasih kepada mitra yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

7. REFERENSI

- [1] L. D. Fitriah *et al.*, "OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM SE-KECAMATAN BULAK DALAM ERA DISRUPSI," *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, vol. 6, no. 3, pp. 1074–1081, 2022.
- [2] U. Umar, A. R. Annisa, and H. Widyantara, "PRODUK OLAHAN BUAH MANGROVE MELALUI," vol. 6, pp. 143–149, 2023.
- [3] M. H. Wiwi, L. Ode, and M. Saidi, "Pembuatan Media Online Sistem Informasi Profil Cv . Cakrawala Computer," vol. 6, pp. 73–78, 2023.
- [4] M. Arafat, "Analisis dan perancangan website sebagai sarana informasi pada lembaga bahasa kewirausahaan dan komputer Akmi Baturaja menggunakan PHP dan MySQL," *J. Ilm. MATRIK*, vol. 19, no. 1, pp. 1–10, 2017.
- [5] R. F. Maulana and K. M. D. Pertiwi, "Pengembangan Website Kampung Wisata Edukasi (Studi Kasus Kampung Ondomohen Surabaya)," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 5, pp. 78–82, 2022.
- [6] R. A. S. Prayoga, R. F. Maulana, N. N. Rakhmaddian, T. Olivia, D. Alifiano, and F. F. Arrafi, "Web profile development for furniture business in UD Rozi Rachmad, Surabaya City," *Abdimas J. Pengabdi. Masy. Univ. Merdeka Malang*, vol. 8, no. 1, pp. 141–153, 2023.
- [7] S. R. Warliana, H. Hafiar, and H. R. Budiana, "TAHAPAN PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS LO. KA. SI COFFEE AND SPACE SEBAGAI CO-WORKING SPACE," *J. Muara Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 188–202, 2022.
- [8] I. G. B. A. P. Paramitha, W. Gata, L. Kurniawati, E. H. Hermaliani, and J. L. Putra, "Penerapan Finite State Automata Pada Desain Vending Machine Batu Permata Sapphire

- Alami,” *J. Teknol. Sist. Inf. dan Sist. Komput. TGD*, vol. 5, no. 2, pp. 144–152, 2022.
- [9] S. D. Ratih, E. D. Pramesti, E. Noviaty, and S. Sutrisno, “Pengaruh Knowledge dan Influencer terhadap Literasi Investasi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19,” *Ilmu Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–17, 2023.