

Cause-and-effect analysis dalam pembuatan *website* integrasi untuk mengatasi tantangan promosi Desa Banyuwangi

Fungky Dyan Pertiwi*, Harith Badiuzzaman, Al Mushhaf Fahlul Rasyid, Abyan Estu Luhur, Muhammad Aziz Azzidani, Al Aufairuzsyah Aswyn Zavitra
Universitas Muhammadiyah Magelang, Jawa Tengah, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: fungky.dyan@unimma.ac.id)

Abstract

The rapid advancement of technology has enabled the presentation of information practically and systematically that can be accessed by diverse groups of people. One of the essential types of information needed by the public is related to areas they intend to visit without having to be physically present beforehand. In response to these technological developments, an integrated website serves as an effective medium to provide the required information while simultaneously functioning as a platform for regional promotion. Beyond village promotion, the integrated website also benefits local business actors by enabling them to create business profiles. The cause-and-effect method using a fishbone diagram was applied as a systematic approach to address the promotional challenges faced by Banyuwangi Village and to provide solutions through the development of the integrated website. This method illustrates each underlying condition contributing to the problem, allowing appropriate countermeasures to be identified. The project resulted in the integrated website www.desabanyuwangi.com, which serves as a platform to showcase the village's tourism, natural resources, and local businesses. In addition, training on Google Business was provided to local MSMEs to improve their digital literacy and expand their market reach. Overall, the program not only produced a tangible technological output but also fostered community empowerment through digital capacity building.

Keywords: Integrated Website, Banyuwangi, Digital Marketing, MSMEs

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, memberikan efek untuk menyajikan berbagai informasi secara praktis dan sistematis serta dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Salah satu informasi yang dibutuhkan masyarakat umum merupakan informasi daerah yang ingin dikunjungi tanpa harus terlebih dahulu datang ke tempat tersebut. Dalam menjawab tantangan kemajuan teknologi, *website* integrasi merupakan langkah yang tepat untuk menyajikan berbagai informasi yang masyarakat umum butuhkan. *Website* integrasi juga dapat menjadi ajang promosi daerah tersebut. Selain promosi desa, *website* integrasi memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis di desa tersebut untuk membuat profil usaha. Metode *causes root* menggunakan *fish bone diagram*, merupakan metode sistematis untuk mengatasi masalah promosi desa Banyuwangi dan memberikan solusi dengan pembuatan *website* integrasi. Metode tersebut menjabarkan setiap kondisi yang menjadi penyebab masalah, sehingga dapat ditarik kesimpulan cara penanggulangannya. Hasil kegiatan menghasilkan *website* integrasi www.desabanyuwangi.com yang berfungsi sebagai media promosi desa, potensi wisata, dan profil UMKM lokal. Selain itu, diberikan pula edukasi penggunaan Google Business kepada pelaku UMKM sebagai upaya peningkatan literasi digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk teknologi, tetapi juga memberikan dampak pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci: Website Integrasi, Banyuwangi, Digital Marketing, UMKM

How to cite: Pertiwi, F. D., Badiuzzaman, H., Rasyid, A. M. F., Luhur, A. E., Azzidani, M. A., & Zavitra, A. A. A. (2025). Cause-and-effect analysis dalam pembuatan *website* integrasi untuk mengatasi tantangan promosi Desa Banyuwangi. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 2(2), 147–156. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v2i2.2222>



1. Pendahuluan

Desa Banyuwangi, kecamatan Bandongan kabupaten Magelang berjarak 6,6 km dari kota Magelang dan memiliki luas desa/kelurahan sebesar 4.05 km² serta terdapat 13 dusun. Populasi penduduk 6649 jiwa dengan 3417 jiwa merupakan laki-laki dan 3232 jiwa merupakan perempuan. Pada Tabel 1 ditunjukkan jumlah penduduk menurut pendidikan akhir dan pekerjaan. Berdasarkan klasifikasi pendidikan, mayoritas penduduk Desa Banyuwangi sudah Tamat SD/Sederajat. Sedangkan dalam klasifikasi pekerjaan, paling banyak terdata di Belum/Tidak Bekerja/Mengurus Rumah Tangga/Pensiunan. Data tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi akademisi, peneliti ataupun pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Sedangkan, potensi alam yang terkenal di Desa Banyuwangi adalah beras bandongan serta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tersebar diberbagai dusun yaitu kerupuk rambak kulit sapi di Dusun Dekoro, pengerajin sangkar burung di Kembang Lampir, abon ayam di Sangu Banyu, peternakan domba atau kambing serta melayani jasa penyembelihan dan aqiqah di Ngiwon. Salah satu cara untuk meningkatkan aktualitas dan pengenalan UMKM desa Banyuwangi adalah melalui program pengabdian masyarakat oleh akademisi. Anisa et al. (2022) melakukan program pengembangan dan pemasaran padi lokal organik serta branding pada pengemasan beras organik. Program tersebut dilakukan untuk menanggulangi kebutuhan pupuk yang terbatas, sehingga program beras organik menjadi fokus utama pada pengabdian masyarakat di Dusun Trasan agar kegiatan pertanian pada kelompok Tani Bangkit dan kelompok Wanita Tani Puteri Sejahtera masih dapat dioptimalkan. Prihastiwi et al. (2023) juga melakukan program pengabdian masyarakat di Dusun Trasan yaitu branding produk jamu tradisional dalam hal pengemasan dan nama produk. Sebelum adanya program branding jamu, pelaku UMKM melakukan pengemasan dengan alat seadanya yaitu botol bekas, namun program pengabdian mengadakan pelatihan untuk memperbaiki pengemasan jamu cair dan padat sehingga lebih elegan dan dapat dijual di masyarakat luar Dusun Trasan.

Program branding juga dilaksanakan oleh Maimunah et al. (2022) yang membantu pengembangan bisnis kerupuk kulit Tiga Berlian melalui digital marketing. Program tersebut berfokus pada *website* serta *market place* untuk meningkatkan dan mengenalkan kerupuk kulit Tiga Berlian ke masyarakat luar Magelang. Selain peningkatan aktualitas UMKM, program pengabdian masyarakat juga dapat dilakukan dengan membangun pondok baca (Baihaqi et al., 2021) di dusun tersebut. Program tersebut dapat menjadi program untuk mengembalikan giat literasi di dusun. Berdasarkan tinjauan literatur, dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* memberikan dampak yang signifikan dalam memajukan UMKM dalam bidang pemasaran (Azzahro et al., 2024; Petaya et al., 2024).

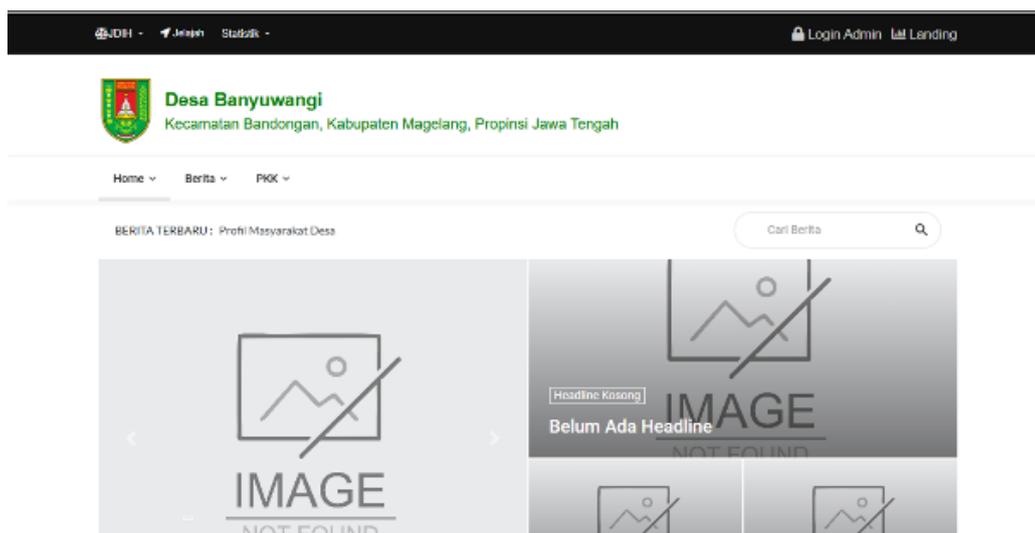
Program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh akademisi terhadap UMKM maupun masyarakat sekitar di Desa Banyuwangi tersebut belum sepenuhnya memiliki rekam jejak digital yang baik untuk dikenal oleh masyarakat luas di luar desa ataupun di luar wilayah Magelang. Hal tersebut terlihat dari minimnya informasi

mengenai Desa Banyuwangi pada situs digital desabanyuwangi.magelangkab.go.id (Gambar 1) serta berita digital lainnya untuk mengenalkan desa pada masyarakat luas. Berdasarkan tinjauan literatur terdahulu, kegiatan pengabdian masyarakat yang tersebar ke berbagai dusun di Desa Banyuwangi telah banyak dilakukan. Namun, rekaman jejak digital dalam satu naungan belum diaplikasikan secara maksimal. Hal ini dapat membuat, kurangnya informasi sebagai bahan evaluasi dan perbaikan untuk program pengabdian masyarakat selanjutnya.

Tabel 1. Data sensus jumlah penduduk berdasarkan klasifikasi pendidikan akhir dan pekerjaan

	Klasifikasi	Jumlah Penduduk (jiwa)
Pendidikan akhir	Tidak/Belum Sekolah:	1340
	Belum Tamat SD/Sederajat:	669
	Tamat SD/Sederajat:	1971
	SLTP/Sederajat:	1218
	SLTA/Sederajat:	1189
	Diploma I/II:	30
	Diploma III/Sarjana Muda:	81
	Diploma IV/Strata I:	143
	Strata II:	8
	Strata III: -	-
Pekerjaan	Belum/Tidak Bekerja/Mengurus Rumah Tangga/Pensiunan:	2128
	Pelajar/Mahasiswa:	1074
	PNS/TNI/Kepolisian RI:	95
	Perdagangan/Pedagang:	207
	Petani/Pekebun/Peternak/Perikanan:	120
	Karyawan/Swasta:	1106
	Karyawan BUMN/BUMD/Honoror:	58
	Buruh/Pembantu Rumah Tangga:	1409

Sumber: (BPS Kabupaten Magelang, 2025)

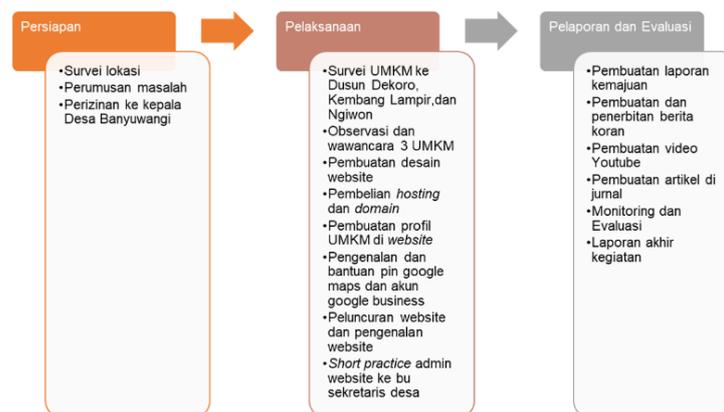


Gambar 1. Minimnya informasi Desa Banyuwangi di situs digital milik pemerintah Kabupaten Magelang

Selain itu, potensi alam dan kegiatan UMKM Desa Banyuwangi kurang bisa terekspos di khalayak umum dengan baik. Pada program pengabdian masyarakat terpadu (PPMT) VIII Universitas Muhammadiyah Magelang, berupaya mengatasi kendala tersebut dengan membuat pemasaran digital Desa Banyuwangi. Pemasaran digital ini tidak berfokus pada satu dusun, namun pada beberapa dusun dan berbagai kegiatan pengabdian masyarakat yang dapat terekspos dalam satu wadah. Produk utama PPMT VIII merupakan *website* integrasi yang mana program serupa juga telah dilakukan oleh akademisi di luar wilayah Magelang yaitu di Desa Carangwulung Jombang Jawa Timur (Mas'udah et al., 2023), di Desa Kamiri Barru Makassar (Sudirman et al., 2023), dan Desa Gajahrejo Malang Raya Jawa Timur (Kurniawan et al., 2020). Tujuan utama *website* integrasi sebagai sarana promosi desa dan UMKM ataupun kegiatan lainnya di desa tersebut, sehingga memudahkan untuk para peneliti ataupun program pengabdian lainnya dalam memetakan potensi desa terlebih dahulu secara *online*.

2. Metode Pengabdian

PPMT VIII untuk program *website* integrasi dilakukan selama satu bulan di desa Banyuwangi dengan pemilihan tiga dusun yaitu Dekoro, Kembang Lampir, dan Ngiwon. Alur kegiatan dari awal program hingga akhir ditunjukkan pada Gambar 2.

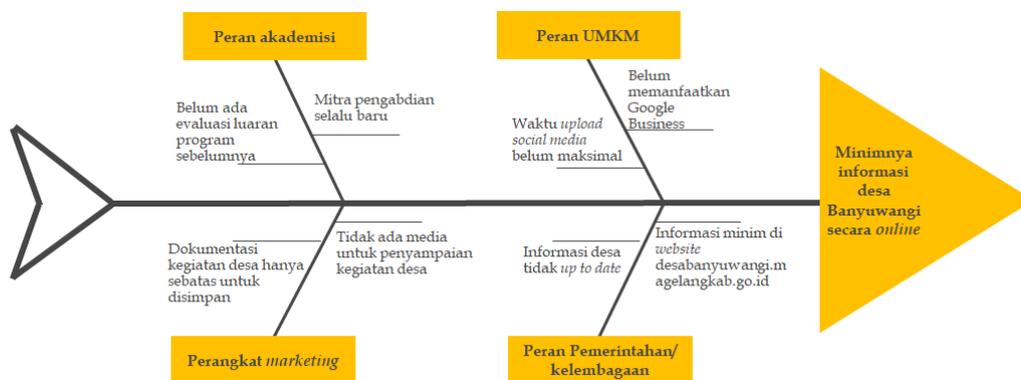


Gambar 2. Alur kegiatan PPMT VIII *website* integrasi

Metode dalam memecahkan masalah pengabdian masyarakat di desa Banyuwangi menggunakan *cause-and-effect diagram* yang digambarkan dalam bentuk fishbone diagram serta dibantu dengan *why level analysis*. Metode *fish bone* dapat menghubungkan masalah dengan faktor penyebab yang mempengaruhi munculnya masalah tersebut (Shinde et al., 2018). Analisis difokuskan pada empat kategori utama, yaitu peran UMKM, peran akademisi, peran pemerintahan/kelembagaan, dan perangkat marketing (Gambar 3). Selanjutnya, penentuan *cause* pada *major categories* menggunakan teknik pengumpulan data secara online dan survei UMKM (observasi dan wawancara).

Untuk memperjelas, rincian penyebab pada setiap cabang *fishbone diagram* adalah sebagai berikut:

1. Peran UMKM: rendahnya literasi digital dan kurangnya pemahaman mengenai *e-commerce* serta Google Business, serta keterbatasan waktu untuk melakukan pembaruan konten di media sosial.
2. Peran akademisi: kegiatan pengabdian sebelumnya belum terdokumentasi secara digital, luaran program lama sulit diakses, serta kurangnya kesinambungan program dari tahun ke tahun.
3. Peran pemerintahan/kelembagaan: minimnya informasi tentang Desa Banyuwangi pada website resmi pemerintah, data desa tidak diperbarui secara rutin, serta promosi desa masih terbatas pada dokumentasi internal.
4. Perangkat *marketing*: ketiadaan media promosi desa yang terintegrasi, publikasi kegiatan desa yang sangat terbatas, dan belum adanya pemanfaatan teknologi pemasaran digital secara optimal.



Gambar 3. *Fish bone diagram* mengenai minimnya informasi desa Banyuwangi secara online

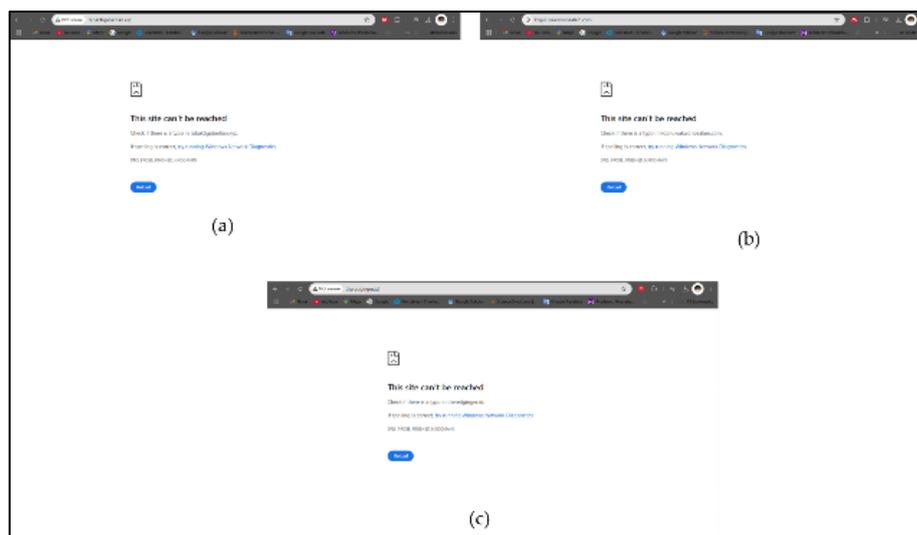
3. Hasil Pengabdian

Why level analysis

Pada Gambar 3 *root cause* yang harus diselesaikan berdasarkan *why level* memiliki poin tertinggi dari efek (kepala ikan) ke kiri (tulang-tulang ikan) sehingga urutannya yaitu peran UMKM, peran akademisi, peran pemerintahan/kelembagaan, dan perangkat *marketing*. Urutan tersebut dibuat berdasarkan observasi lapangan dan wawancara saat program PPMT VIII berlangsung. Peran UMKM memiliki poin tertinggi karena kondisi dalam masyarakat (berdasarkan Tabel 1) jika dilihat dari segi pendidikan, jumlah penduduk paling tinggi merupakan tamatan SD dan belum tamat SD. Hal tersebut berimbas pada pengetahuan mengenai manfaat penggunaan teknologi seperti *e-commerce*, *social media marketing*, dan Google *business* dalam bisnis yang UMKM lakukan. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM pada platform digital dan tingkat pendidikan mayoritas rendah menyebabkan minimnya kesadaran pentingnya pemasaran secara online. Dengan demikian, akar masalah yang muncu adalah rendahnya literasi digital masyarakat. Observasi pada tiga UMKM, ditemukan bahwa ada dua UMKM yang belum paham (UMKM ternak kambing dan UMKM sangkar burung) mengenai Google *Business* dan pemanfaatan *pin map* google untuk bisnis. Namun, dua UMKM tersebut pernah memanfaatkan *social media* seperti

Facebook untuk mengenalkan produk mereka. Kendala penggunaan Facebook adalah kepadatan aktivitas harian sehingga tidak bisa kotinu dalam *up-to-date* foto produk UMKM.

Peran akademisi menjadi poin kedua tertinggi setelah peran UMKM, karena program pengabdian yang dibawa oleh akademisi mampu memberikan ruang promosi desa dan UMKM. Namun, kondisi di lapangan berdasarkan observasi *online*, setiap program pengabdian baru maka mitra dan produk yang berkolaborasi adalah baru juga dan belum ada pembahasan evaluasi pada program sebelumnya untuk dijadikan sebagai program pengabdian selanjutnya. Hal itu disebabkan karena luaran digitalisasi terkait pemasaran tidak terdokumentasi dengan baik dan hanya terbatas pada platform tertentu, serta belum ada mekanisme evaluasi dan tindak lanjut antarprogram. Akar masalah yang ditemukan adalah lemahnya kesinambungan serta dokumentasi digital dari program penabdian. Hal tersebut tampak pada luaran UMKM krupuk rambak (Maimunah et al., 2022) maupun minuman kesehatan (Hidayat & Rusman, 2018) yang memiliki produk digitalisasi pemasaran, namun hasil luaran tidak bisa diakses (Gambar 4).

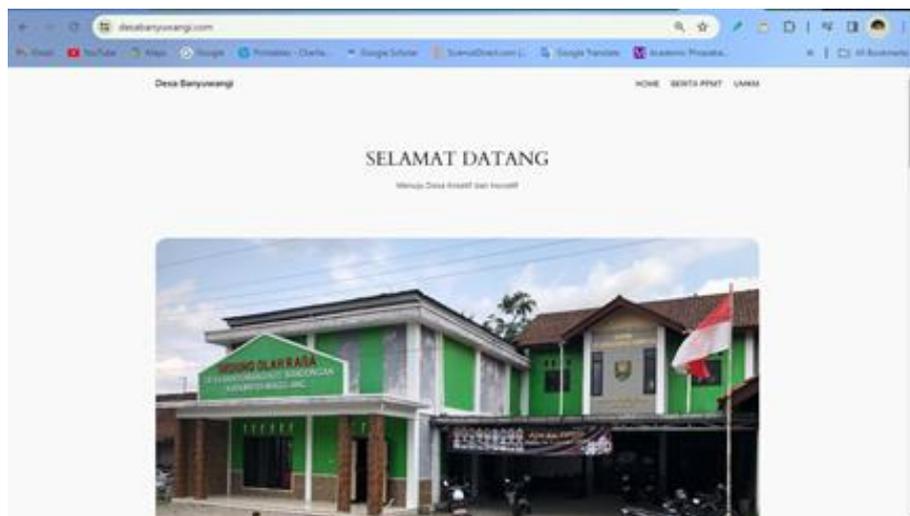


Gambar 4. Luaran UMKM yang sudah tidak bisa diakses: (a) UMKM krupuk rambak Tiga Berlian (Maimunah et al., 2022), (b) UMKM kopi (Hidayat & Rusman, 2018), dan (c) UMKM minuman kesehatan (Hidayat & Rusman, 2018)

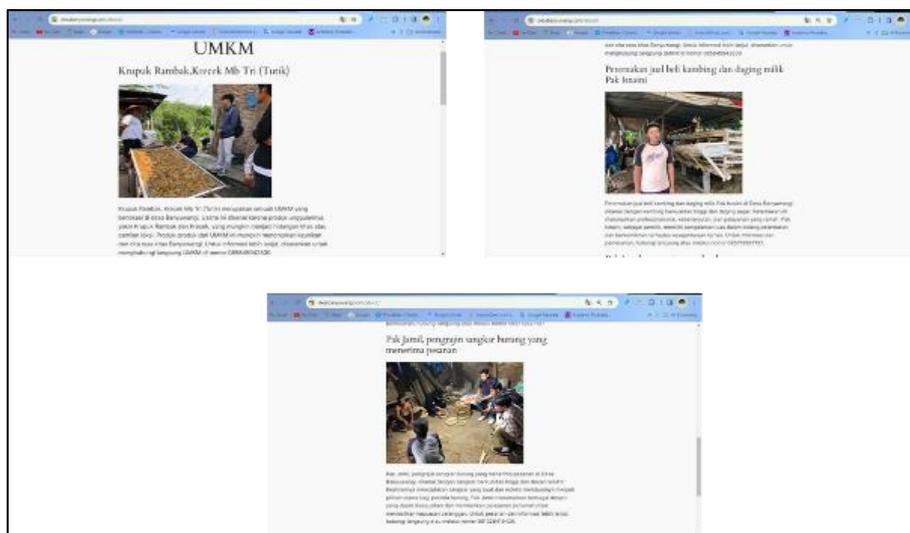
Selain itu, kegiatan dan dokumentasi pengabdian akademisi hanya dikenalkan pada platform tertentu dan kata kunci untuk menemukan cenderung menggunakan *trial error*. Peran pemerintahan/kelembagaan kondisinya adalah minim informasi mengenai Desa Banyuwangi yang disajikan pada *website* pemerintah kabupaten (Gambar 2) serta informasi desa tidak *up-to-date*. Sistem informasi tersebut masih terpusat di tingkat kabupaten, kondisi tersebut dapat dikarenakan kurangnya inisiatif local untuk membangun sistem informasi desa yang dikelola langsung oleh pemerintah desa. Dengan demikian, akar masalahnya adalah ketiadaan sistem informasi desa yang dikelola langsung oleh pemerintah desa. Akibatnya, informasi kependudukan dan potensi desa yang paling mutakhir hanya tersedia di BPS Kabupaten Magelang dengan frekuensi tahunan. Poin terakhir adalah peran perangkat pemasaran, hasil

observasi menunjukkan bahwa kegiatan desa jarang dipublikasikan secara luas, melainkan hanya tersimpan sebagai dokumentasi internal. Hal tersebut karena promosi masih terbatas pada lingkup internal, dan belum ada sarana digital khusus untuk publikasi desa. Akar masalah akhirnya ditemukan pada ketiadaan platform digital yang terintegrasi dan dikelola oleh desa.

Untuk menjawab berbagai akar masalah tersebut, solusi yang ditawarkan adalah pembuatan *website* integrasi (Gambar 5) www.desabanyuwangi.com. *Website* ini mewadahi seluruh kegiatan desa dan profil UMKM untuk dapat dikenal masyarakat luas dan sebagai media promosi desa. Selain itu, kegiatan PPMT dan pengabdian lainnya juga mendapatkan tempat untuk menjadi berita kegiatan desa. Program *website* integrasi ini berkolaborasi dengan perangkat desa yaitu kepala desa dalam penanganan (admin utama) dan pemeliharaan *website*. Pemilihan perangkat desa menjadi mitra PPMT VIII, dikarenakan untuk memudahkan dan memusatkan penanganan *website* menjadi satu, serta sebagai pemangku pelaksanaan pembangunan desa.



Gambar 5. Tampilan website integrasi www.desabanyuwangi.com



Gambar 6. Profil UMKM yang ditayangkan di [website www.desabanyuwangi.com](http://www.desabanyuwangi.com)

Website desa juga dapat dijadikan sebagai sistem informasi desa untuk portal informasi, transparansi, dan sosialisasi pemerintah terkait tata kelola pembangunan kawasan pedesaan (pembangunan, pembinaan, dan pemberdayaan) yang dirasakan langsung oleh masyarakat sebagai penerima manfaat. Selain kegiatan desa *website* integrasi berisi profil UMKM tiga dusun yaitu UMKM krupuk rambak di dusun Dekoro, UMKM sangkar burung di dusun Kembang Lampir, dan UMKM peternakan kambing di Dusun Ngiwon (Gambar 6).

Edukasi Google *Business* dan pengenalan *website* integrasi

Tahapan kegiatan PPMT VIII (Gambar 2), selain pembuatan *website* untuk mengatasi minimnya informasi desa Banyuwangi, juga menjadi tempat untuk mengenalkan teknologi informasi Google Business ke UMKM yang belum menggunakannya. Tahapan awal PPMT VIII adalah tahap persiapan (perizinan dan survei). Tahap ini melibatkan perangkat desa serta profil UMKM yang ditayangkan di *website* integrasi (Gambar 7).



Gambar 7. Perizinan ke kepala Desa Banyuwangi

Tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan yaitu dengan melakukan wawancara dan edukasi penggunaan Google business serta pembuatan profil UMKM. Pada tahap ini bekerjasama dengan UMKM yang dipilih yaitu krupuk rambak mbak tri di Dusun Dekoro, sangkar burung pak asmuri di Dusun Kembang Lampir, serta kandhang kambing paknen di Ngiwon (Gambar 8).

Tahap ini juga dilakukan pengenalan [website desabanyuwangi.com](http://desabanyuwangi.com) serta *short practice* kepada sekretaris desa mengenai penggunaan (admin) dan pengolahan konten website. Tahap terakhir adalah evaluasi dan pelaporan kegiatan untuk menunjang administrasi yang dibutuhkan oleh universitas. Lebih jauh, keberlanjutan *output* program ini dijamin melalui penunjukan perangkat desa sebagai pengelola utama website sehingga dapat terus diperbarui secara rutin. Dengan demikian, website tidak hanya dapat diakses, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi masyarakat, seperti memperluas jangkauan promosi UMKM, meningkatkan visibilitas potensi desa, serta menjadi sarana transparansi informasi desa yang berkelanjutan.



Gambar 8 Tahap pelaksanaan PPMT VIII

4. Kesimpulan

Kegiatan PPMT VIII dengan membuat *website* integrasi untuk mendukung promosi Desa Banyuwangi, juga sebagai jawaban atas *root cause* yang sudah dilakukan. Kegiatan untuk menunjang UMKM dan kegiatan PPMT lain di Desa Banyuwangi sebagai langkah penerapan teknologi informasi di desa. Selain itu, pengenalan *pin maps* Google sebagai penanggulangan dari minimnya informasi dan manfaat *Google business* ke UMKM juga dapat mengenalkan seluruh elemen desa pada masyarakat umum. Kegiatan ini sejalan dengan rencana strategis pengabdian mengenai teknologi informasi dan komunikasi dari hulu ke hilir serta penerapan ilmu perkuliahan di masyarakat.

Dari 13 dusun yang tersebar di Desa Banyuwangi, program *website* ini masih mengunjungi tiga desa untuk profil UMKM sehingga masih ada 10 dusun lagi yang belum dibuat profil UMKM dan belum menerima pengenalan *website* integrasi. Langkah awal dari program ini adalah membuka jalan sehingga masih diperlukan pengembangan dan penyempurnaan di tahap selanjutnya. Pengembangan tersebut dapat dilakukan dan dijadikan bahan evaluasi untuk PPMT selanjutnya. Selain itu, ada beberapa kendala yang dapat dijadikan bahan untuk pengabdian selanjutnya adalah terbatasnya alat peraut bambu pada UMKM sangkar burung dan belum adanya alat otomatis untuk memotong kulit sapi UMKM krupuk rambak.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kami kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah memberikan dukungan positif untuk kegiatan PPMT VIII di Desa Bandongan Kabupaten Magelang. Selain itu, kami ucapkan kepada Bapak Asnawi selaku Kepala Desa Banyuwangi beserta perangkat desa lainnya dan pelaku UMKM di Desa Banyuwangi atas keramahan dan bantuan selama kegiatan PPMT VIII.

Referensi

Anisa, F., Alfarizqi, M. H., Cahyono, D. A., Febriyani, E., Rahmasari, N. D., & Jamin, U. M. (2022). Capacity building of farmer groups in Mendak Hamlet, Magelang Regency. *Community Empowerment*, 7(1), 144–152.

<https://doi.org/10.31603/ce.4288>

- Azzahro, R. D., Khasanah, M., Awalia, R. U., Rohman, A. N., & Setyaningsih, W. (2024). Pelatihan pemanfaatan digital marketing: solusi alternatif pengembangan UMKM Dusun Puringan Desa Sidomulyo Magelang. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(1), 81–91. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i1.1049>
- Baihaqi, A., Zulaikhah, A., Rahmawati, B., Aini, F. N., Indriastuti, N. N. I., & Mutoharoh, T. A. (2021). Pendampingan Rumah Baca dan Manajemen TPA di Dusun Wonorejo Bandongan Magelang Jawa Tengah. *Community Empowerment*, 6(3), 347–351. <https://doi.org/10.31603/ce.3860>
- BPS Kabupaten Magelang. (2025). *Kecamatan Bandongan Dalam Angka 2023*. <https://magelangkab.bps.go.id/id/publication/2023/09/26/bbcbf15b1052d7f77fedfe18/kecamatan-bandongan-dalam-angka-2023.html>
- Hidayat, M., & Rusman, R. (2018). *UKM Minuman Kesehatan Di Wonosalam Jombang*. Project Report. Fakultas Agama Islam UMSurabaya, Surabaya Jawa Timur
- Kurniawan, D. T., Prasasti, A., Fitri, R., Anugrahani, I. S., & Kusnayain, Y. I. (2020). Pembuatan Website Wisata Desa Gajahrejo Dalam Meningkatkan Daya Saing Sebagai Desa Wisata Sekaligus Memasarkan Produk Unggulan Desa. *Journal of Community and Development*, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.47134/comdev.v1i1.3>
- Maimunah, M., Yusmanto, H., Sebastian, D. A., Rusadi, D. S. M., Lestari, H., & Abhiseka, S. P. (2022). Implementation of financial management and digital marketing to increase the business competitiveness of the SMEs of Skin Cracker “Tiga Berlian.” *Community Empowerment*, 7(1), 96–101. <https://doi.org/10.31603/ce.5581>
- Mas’udah, K. W., Fahlia, P. A., Pandini, E. N., Trimulyaningsih, N., Aditia, R. E., & Muqim, R. B. (2023). Perancangan Website Profil Desa Carangwulung Sebagai Pusat Informasi. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 3(2), 91–97. <https://doi.org/10.33096/ilkomas.v3i2.1312>
- Petaya, L. J., Trishananto, Y., Kumalasari, Y., Mualifah, M., Hastuti, R. D., & Lestari, A. (2024). Pendampingan pemasaran UMKM berbasis digital melalui website marketing. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(3), 263–274. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i3.1041>
- Prihastiwi, D. A., Astutik, E. P., & Retnosari, R. (2023). Pelatihan “Pepak Jatra” Pengemasan, Branding, dan Sistem Pembukuan Sederhana pada Jamu Tradisional Desa Trasan Kabupaten Magelang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 3(1). <https://doi.org/10.59818/jpm.v3i1.343>
- Shinde, D. D., Ahirrao, S., & Prasad, R. (2018). Fishbone Diagram: Application to Identify the Root Causes of Student–Staff Problems in Technical Education. *Wireless Personal Communications*, 100(2), 653–664. <https://doi.org/10.1007/s11277-018-5344-y>
- Sudirman, S., Fauzan, A., & Mustakim, R. A. W. (2023). Pembuatan Website sebagai Media Pencitraan dan Promosi Pada Desa Kamiri Kecamatan Balusu Kabupten Barru. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.33096/ilkomas.v4i1.1765>