

## **Pelatihan Pembuatan dan Pengelolaan Website Usaha sebagai Media Promosi Digital UMKM**

**Joceline Schellenberg W**

Fakultas Teknologi dan Bisnis Universitas Deztron Indonesia, Medan, Indonesia

Corresponding Author: [jocelineschellenberg@udi.ac.id](mailto:jocelineschellenberg@udi.ac.id)

---

### **Info Artikel**

**Submitted:** 05 Oktober 2025

**Revised :** 11 Oktober 2025

**Accepted:** 21 November 2025

**Published:** 20 Desember 2025

**Keywords:** Community Service, Business Website, Digital Promotion, MSMEs

**Kata Kunci:** Pengabdian kepada Masyarakat, Website Usaha, Promosi Digital, UMKM

---

### **Abstract**

*The development of information technology encourages Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt to digital marketing strategies. However, most MSMEs still experience limited knowledge and skills in utilizing websites as a medium for business promotion. This Community Service (PkM) activity aims to increase the capacity of MSMEs to create and manage business websites independently as a means of digital promotion. The implementation method includes preparation, training, mentoring, and evaluation stages. Training materials include website introduction, simple website creation using a CMS-based platform, content management, and digital promotion optimization. The results of the activity show an increase in participants' understanding and skills in creating and managing business websites, as demonstrated by the participants' ability to produce active and managed business websites. This activity is expected to increase the visibility of MSME products and expand the reach of digital marketing.*

---

### **Abstrak**

*Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran digital. Namun, sebagian besar UMKM masih mengalami keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan website sebagai media promosi usaha. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam membuat dan mengelola website usaha secara mandiri sebagai sarana promosi digital. Metode pelaksanaan meliputi tahap persiapan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup pengenalan website, pembuatan website sederhana menggunakan platform berbasis CMS, pengelolaan konten, serta optimasi promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat serta mengelola website usaha, yang ditunjukkan dengan kemampuan peserta menghasilkan website usaha aktif dan terkelola. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk UMKM dan memperluas jangkauan pemasaran secara digital.*



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).*

*Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara*

---

## **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam

perekonomian nasional yang berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM tersebar di berbagai sektor usaha, mulai dari perdagangan, jasa, hingga industri kreatif. Namun, dalam praktiknya, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan dalam melakukan promosi produk secara luas dan efektif. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode promosi konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut, spanduk, dan media cetak sederhana. Metode tersebut dinilai kurang mampu menjangkau pasar yang lebih luas di era digital saat ini.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan media digital. Digitalisasi usaha menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan profesionalitas usaha, serta memperkuat kepercayaan konsumen. Salah satu bentuk digitalisasi yang relevan adalah penggunaan website usaha sebagai media promosi.

Website usaha berfungsi sebagai sarana informasi resmi yang dapat menampilkan profil usaha, produk atau jasa, harga, kontak, serta lokasi usaha secara terstruktur. Selain itu, website dapat diakses kapan saja dan dari mana saja sehingga mampu menjangkau calon konsumen secara lebih luas dibandingkan media promosi konvensional. Website juga dapat menjadi identitas digital yang meningkatkan citra profesional UMKM.

Meskipun memiliki banyak manfaat, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan website sebagai media promosi. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan teknologi, kurangnya keterampilan dalam pembuatan website, serta anggapan bahwa pembuatan website memerlukan biaya yang tinggi. Kondisi tersebut menyebabkan UMKM belum optimal dalam memanfaatkan peluang digital.

Sebagian UMKM memang telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, namun penggunaannya masih bersifat terbatas dan belum terintegrasi secara optimal. Media sosial tanpa didukung website usaha sering kali kurang memberikan informasi yang lengkap dan profesional. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan agar UMKM mampu mengombinasikan media sosial dengan website usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pembuatan dan pengelolaan website usaha. Kegiatan ini

bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pelaku UMKM agar mampu membuat dan mengelola website usaha secara mandiri sebagai media promosi digital yang efektif dan berkelanjutan.

### **Permasalahan Mitra**

Mitra dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah pelaku UMKM yang menjalankan usaha skala mikro dan kecil dengan keterbatasan akses teknologi informasi. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar mitra belum memiliki website usaha sebagai media promosi digital. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran produk yang dihasilkan.

Permasalahan pertama yang dihadapi mitra adalah rendahnya pemahaman mengenai manfaat website usaha. Mitra masih beranggapan bahwa promosi melalui media sosial sudah cukup untuk mendukung pemasaran produk. Akibatnya, mitra belum menyadari pentingnya website sebagai pusat informasi digital yang lebih lengkap dan profesional.

Permasalahan kedua adalah keterbatasan keterampilan teknis dalam pembuatan website. Mitra belum memiliki pengetahuan dasar mengenai domain, hosting, maupun penggunaan platform pembuatan website berbasis Content Management System (CMS). Hal ini membuat mitra merasa kesulitan dan enggan untuk mencoba membuat website secara mandiri.

Permasalahan ketiga berkaitan dengan pengelolaan konten website. Mitra belum memahami cara menyusun konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik usaha. Konten promosi yang tidak terkelola dengan baik berpotensi mengurangi minat konsumen terhadap produk UMKM.

Selain itu, mitra juga mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan website sebagai bagian dari strategi promosi digital yang terintegrasi. Website belum dipahami sebagai media yang dapat dihubungkan dengan media sosial dan platform digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas usaha.

Kurangnya pendampingan dan pelatihan berkelanjutan menjadi permasalahan lain yang dihadapi mitra. Pelaku UMKM membutuhkan bimbingan langsung agar mampu memahami dan mempraktikkan penggunaan website secara optimal dalam kegiatan usaha sehari-hari.

### **Metode Penelitian**

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang secara sistematis agar sesuai dengan kebutuhan mitra UMKM. Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan berbasis

praktik dan pendampingan langsung, sehingga peserta tidak hanya memperoleh teori tetapi juga keterampilan aplikatif.

Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, analisis tingkat literasi digital, serta koordinasi dengan pelaku UMKM. Pada tahap ini juga dilakukan penyusunan modul pelatihan dan penentuan platform website yang mudah digunakan oleh peserta.

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan pembuatan website usaha. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep website, manfaat website sebagai media promosi, serta praktik pembuatan website sederhana menggunakan platform berbasis CMS.

Tahap ketiga adalah pelatihan pengelolaan konten website. Peserta diberikan pemahaman mengenai penyusunan profil usaha, penulisan deskripsi produk, penggunaan gambar yang menarik, serta pengelolaan informasi kontak dan lokasi usaha.

Tahap keempat adalah pendampingan intensif kepada peserta. Pendampingan dilakukan untuk memastikan peserta mampu mengelola website secara mandiri, melakukan pembaruan konten, serta mengatasi kendala teknis yang dihadapi selama penggunaan website.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui observasi hasil website yang dibuat peserta, diskusi umpan balik, serta penilaian peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan pengabdian.

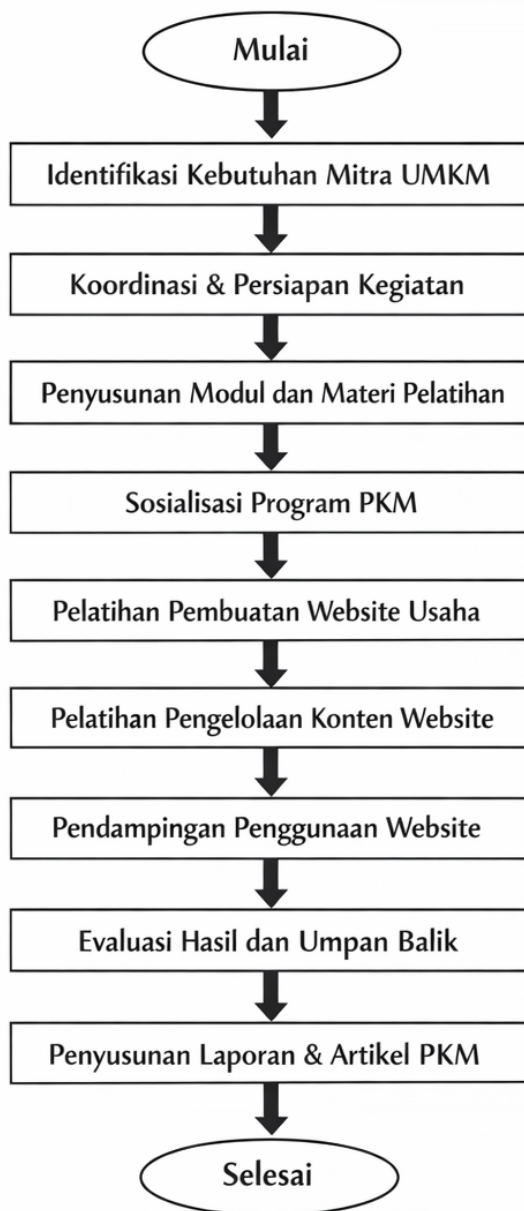
## **Metode Pelaksanaan**

**Tabel 1.** Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

<b>No</b>	<b>Tahapan Kegiatan</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Waktu Pelaksanaan</b>
1	Persiapan	Koordinasi tim pelaksana, identifikasi kebutuhan mitra UMKM, penyusunan modul pelatihan, dan persiapan perangkat serta platform website	Minggu ke-1
2	Sosialisasi	Penyampaian tujuan kegiatan, pengenalan program pelatihan, serta pemaparan manfaat website sebagai media promosi digital kepada mitra UMKM	Minggu ke-2

<b>No</b>	<b>Tahapan Kegiatan</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Waktu Pelaksanaan</b>
3	Pelatihan Tahap I	Pengenalan konsep website usaha, domain dan hosting, serta praktik awal pembuatan website menggunakan platform CMS	Minggu ke-3
4	Pelatihan Tahap II	Pelatihan pengelolaan konten website meliputi profil usaha, deskripsi produk, gambar promosi, dan informasi kontak	Minggu ke-3
5	Pendampingan	Pendampingan intensif pengelolaan website usaha secara mandiri dan penyelesaian kendala teknis peserta	Minggu ke-4
6	Evaluasi	Evaluasi hasil website yang dibuat peserta, diskusi umpan balik, serta penilaian peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra	Minggu ke-4
7	Pelaporan	Penyusunan laporan kegiatan dan artikel Pengabdian kepada Masyarakat untuk publikasi jurnal	Minggu ke-5

**Flowchart Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**



**Tabel 2.** Luaran Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Jenis Luaran	Deskripsi Luaran	Indikator Keberhasilan
1	Website Usaha UMKM	Website usaha sederhana yang memuat profil usaha, produk, dan kontak	Setiap peserta memiliki website usaha aktif

<b>No</b>	<b>Jenis Luaran</b>	<b>Deskripsi Luaran</b>	<b>Indikator Keberhasilan</b>
2	Peningkatan Literasi Digital	Meningkatnya pemahaman UMKM tentang website dan promosi digital	Peserta mampu menjelaskan dan mengelola website secara mandiri
3	Modul Pelatihan	Modul pembuatan dan pengelolaan website usaha	Modul digunakan selama pelatihan
4	Dokumentasi Kegiatan	Dokumentasi foto kegiatan pelatihan dan pendampingan	Tersedia dokumentasi lengkap kegiatan
5	Artikel Ilmiah PKM	Artikel Pengabdian kepada Masyarakat siap publikasi	Artikel sesuai template jurnal PKM
6	Dampak Sosial	Meningkatnya profesionalitas dan visibilitas UMKM	Website digunakan sebagai media promosi usaha

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya website sebagai media promosi digital. Peserta mulai menyadari bahwa website dapat menjadi identitas resmi usaha yang meningkatkan kepercayaan konsumen.

Seluruh peserta berhasil membuat website usaha sederhana yang memuat informasi dasar seperti profil usaha, produk atau jasa, serta kontak yang dapat dihubungi. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta.

Peserta juga menunjukkan kemampuan dalam mengelola konten website secara mandiri. Mereka mampu memperbarui informasi produk dan menyesuaikan tampilan website sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

Website yang dihasilkan digunakan sebagai media promosi tambahan selain media sosial. Integrasi website dengan media sosial membantu meningkatkan jangkauan pemasaran dan mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi lengkap mengenai produk UMKM.

Kegiatan pendampingan memberikan dampak positif terhadap kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Peserta tidak lagi bergantung sepenuhnya pada pihak ketiga dalam pengelolaan website usaha.

Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital mampu mendorong UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan

teknologi dan persaingan pasar digital.

### **Simpulan Dan Saran**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan pembuatan dan pengelolaan website usaha telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan website sebagai media promosi digital.

Peserta mampu membuat dan mengelola website usaha secara mandiri, sehingga website dapat digunakan sebagai sarana promosi yang berkelanjutan. Hal ini berkontribusi pada peningkatan profesionalitas dan visibilitas usaha UMKM.

Pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Pendekatan ini memudahkan peserta dalam memahami dan mengaplikasikan materi yang diberikan.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang bagi pengembangan usaha UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Website usaha dapat menjadi aset digital yang mendukung pertumbuhan usaha.

Sebagai saran, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan untuk pengembangan fitur website, seperti integrasi dengan marketplace dan optimasi mesin pencari. Hal ini akan semakin meningkatkan efektivitas website sebagai media promosi digital UMKM.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Pearson Education.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.

Susanti, E., Handayani, S., & Pratama, R. (2022). Pemanfaatan website sebagai media promosi digital UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 145–152.

Pratama, R., & Nugroho, A. (2021). Digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis web. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 5(1), 33–41.

- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2020). Peran teknologi informasi dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 11(2), 201–209.
- Rahman, A., & Hidayat, T. (2022). Peningkatan literasi digital pelaku UMKM melalui program pengabdian masyarakat. *Jurnal Abdimas Nasional*, 4(1), 55–63.
- Nugraha, F., & Setiawan, B. (2021). Pelatihan pembuatan website usaha bagi pelaku UMKM sebagai strategi promosi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Informasi*, 3(2), 89–96.
- Kurniawan, D., & Lestari, M. (2020). Implementasi content management system untuk pengembangan website UMKM. *Jurnal Informatika Terapan*, 7(1), 18–25.
- Widodo, S., & Amalia, R. (2023). Integrasi website dan media sosial dalam pemasaran digital UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 9(1), 77–85.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Transformasi Digital UMKM Indonesia*. Kemenkop UKM RI.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing.