


Pelatihan Pembuatan Website Usaha untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM di Era Digital

Agustina Simangunsong

Teknik Informatika, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

Email Corresponding: simangunsong2@gmail.com

Kata Kunci	ABSTRAK
UMKM pemasaran digital pelatihan website usaha era digital	Pelatihan pembuatan website usaha bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Di era digital, keterbatasan akses terhadap platform online menjadi tantangan bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan langsung (workshop) yang mencakup penyampaian materi, praktik pembuatan website sederhana menggunakan platform gratis (seperti WordPress), serta pendampingan teknis. Peserta pelatihan terdiri dari 25 pelaku UMKM di wilayah [sebutkan daerah jika diperlukan], yang dipilih berdasarkan kesediaan dan belum memiliki media pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 92% peserta berhasil membuat dan mengelola website usaha secara mandiri, serta memahami dasar-dasar pemasaran digital. Selain itu, beberapa peserta melaporkan peningkatan interaksi pelanggan dan permintaan produk setelah website mulai aktif. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan website usaha dapat menjadi solusi efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM di era digital. Disimpulkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung sangat relevan dalam menjawab kebutuhan digitalisasi UMKM dan perlu direplikasi secara berkelanjutan.
Keywords	ABSTRACT
MSMEs digital marketing training business website digital era	The website development training aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in utilizing digital technology as a marketing tool. In the digital era, limited access to online platforms remains a challenge for MSMEs in reaching wider markets. This program was conducted through a hands-on workshop method that included material delivery, practical sessions on creating basic websites using free platforms (such as WordPress), and technical assistance. The participants consisted of 25 MSME actors from [insert region if needed], selected based on willingness and the absence of prior digital marketing media. The results showed that 92% of participants successfully created and managed their business websites independently and gained a basic understanding of digital marketing. In addition, several participants reported increased customer engagement and product demand after their websites became active. These findings indicate that website development training can be an effective solution to expand MSME marketing reach in the digital era. It is concluded that hands-on training is highly relevant in addressing the digitalization needs of MSMEs and should be replicated sustainably.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penyediaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan.

Namun, di era digital saat ini, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran produk secara daring. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2023, kurang dari 30% UMKM telah memanfaatkan platform digital secara optimal dalam kegiatan pemasaran mereka (Moussadecq, Muryasari, and Darmawan 2023). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan digital (digital divide) yang cukup signifikan di kalangan pelaku UMKM, terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi sebagai alat pemasaran.

Berbagai program pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah dilakukan untuk mendorong digitalisasi UMKM, seperti pelatihan penggunaan media sosial (Furqan and Putra 2022), pengenalan e-commerce (Alfira 2023), dan digital branding (Maulfani, Rahmad, and Sulistyowati 2023). Meskipun bermanfaat, pendekatan tersebut umumnya bersifat satu arah dan tidak menyentuh aspek teknis seperti pembuatan website usaha sebagai sarana pemasaran yang lebih profesional dan mandiri. Selain itu, masih sedikit program yang memberikan pendampingan langsung dan praktis dalam pembuatan serta pengelolaan website yang sesuai dengan kebutuhan UMKM lokal.

Analisis kesenjangan menunjukkan bahwa mayoritas pelatihan digital UMKM masih terfokus pada penggunaan platform pihak ketiga seperti marketplace atau media sosial, yang memiliki keterbatasan dalam hal personalisasi dan kontrol penuh atas brand image usaha. Oleh karena itu, dibutuhkan program pengabdian yang memberikan solusi praktis dan aplikatif berupa pelatihan pembuatan website usaha, yang dapat menjadi media pemasaran mandiri, fleksibel, dan terintegrasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat dan mengelola website usaha secara mandiri, sebagai strategi pemasaran digital yang berkelanjutan. Melalui pendekatan pelatihan langsung dan pendampingan teknis, diharapkan peserta mampu memahami manfaat penggunaan website serta mengimplementasikannya secara nyata dalam aktivitas usaha mereka.

II. MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam hal pemasaran produk. Meskipun berbagai platform digital telah tersedia secara luas dan gratis, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara menggunakannya secara optimal. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional atau menggunakan media sosial secara terbatas tanpa strategi yang terstruktur.

Selain itu, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknis dalam membuat serta mengelola media digital seperti website menjadi kendala signifikan. Website usaha yang dirancang dengan baik tidak hanya meningkatkan kredibilitas dan profesionalisme, tetapi juga memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan melakukan promosi secara mandiri tanpa ketergantungan pada platform pihak ketiga. Namun, banyak pelaku UMKM yang menganggap pembuatan website sebagai sesuatu yang rumit, mahal, dan tidak sesuai dengan skala usahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang diidentifikasi dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat dan mengelola website usaha secara mandiri.

Terbatasnya akses terhadap pelatihan praktis yang aplikatif terkait penggunaan website sebagai media pemasaran.

Masih rendahnya pemanfaatan website sebagai strategi pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan dalam lingkup UMKM.

Tingginya ketergantungan UMKM terhadap media sosial atau marketplace tanpa memiliki media promosi digital yang dapat dikendalikan sendiri.

Rumusan masalah ini menjadi dasar dalam merancang program pelatihan dan pendampingan yang bertujuan memberikan solusi nyata dan berkelanjutan bagi digitalisasi pemasaran UMKM, khususnya melalui pembuatan dan pengelolaan website usaha.

III. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode eksperimen terapan melalui pelatihan langsung (hands-on workshop) yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat dan mengelola website usaha. Metode ini dipilih untuk memastikan transfer keterampilan secara efektif, serta memungkinkan peserta langsung mempraktikkan materi yang disampaikan.

1. Desain Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan dalam tiga tahapan utama:

Tahap Persiapan: Meliputi survei kebutuhan peserta, penyusunan modul pelatihan, pemilihan platform website yang mudah digunakan (seperti WordPress.com atau Google Sites), serta penyediaan fasilitas pelatihan (komputer/laptop, akses internet, dan proyektor).

Tahap Pelaksanaan: Pelatihan berlangsung selama dua hari, terdiri atas sesi teori (pengantar pemasaran digital dan pentingnya website usaha) dan sesi praktik (pembuatan website, pengisian konten produk, pengaturan desain, dan integrasi media sosial).

Tahap Evaluasi dan Pendampingan: Peserta mengisi kuisioner evaluasi, mempresentasikan hasil kerja (website usaha masing-masing), dan menerima umpan balik dari fasilitator. Pendampingan daring dilakukan selama dua minggu pasca pelatihan untuk membantu peserta menyempurnakan website-nya.

2. Partisipan dan Lokasi

Sebanyak 25 pelaku UMKM yang berdomisili di Namorambe, Deli Serdang menjadi peserta kegiatan. Mereka dipilih berdasarkan kriteria:

- Aktif menjalankan usaha,
- Belum memiliki website usaha, dan
- Bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

Kegiatan dilaksanakan di Namorambe, Deli Serdang, yang dilengkapi fasilitas pendukung.

3. Instrumen dan Bahan Penunjang

Instrumen dan bahan yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain:

Modul pelatihan "Membuat Website Usaha dengan WordPress" (Seputra and Amboningtyas 2022)

- Laptop peserta dan jaringan internet
- Akun email aktif peserta untuk registrasi platform
- Kuisioner pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman peserta
- Form evaluasi kualitas dan fungsionalitas website
- Google Classroom dan grup WhatsApp sebagai sarana pendampingan daring

4. Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui observasi langsung, dokumentasi proses pelatihan, dan kuisioner pre-test/post-test. Analisis dilakukan secara deskriptif komparatif untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta, dan melalui dokumentasi website peserta untuk menilai capaian keterampilan teknis.

5. Reprodusibilitas dan Rujukan Metodologis

Prosedur pelatihan ini mengacu pada pendekatan pelatihan digital UMKM berbasis praktik seperti dikembangkan oleh (Hasbullah, Uki Sajiman, and Rahmawati 2024), yang menekankan pentingnya

integrasi antara materi teori dan praktik langsung agar keterampilan peserta dapat ditransfer secara optimal. Seluruh langkah dan bahan pelatihan terdokumentasi dan dapat diadaptasi oleh peneliti atau pelaksana kegiatan lainnya dalam konteks dan wilayah yang berbeda, sehingga menjamin replikabilitas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pelatihan

Pelatihan pembuatan website usaha dilaksanakan selama dua hari dan diikuti oleh 25 pelaku UMKM. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pengetahuan peserta terkait pemasaran digital dan penggunaan website usaha. Tabel 1 menunjukkan peningkatan nilai rata-rata peserta.

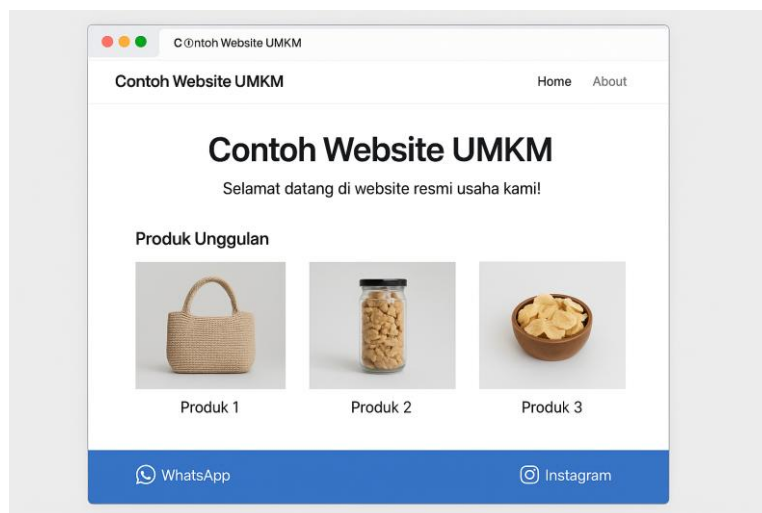
Tabel 1. Rata-rata Nilai Pre-Test dan Post-Test Peserta

No	Aspek Penilaian	Pre-Test (Skor 0-100)	Post-Test (Skor 0-100)	Kenaikan (%)
1	Pemahaman pemasaran digital	56,4	82,1	45,6%
2	Pengetahuan platform website	49,2	85,3	73,3%
3	Kemampuan membuat website usaha	31,5	78,0	147,6%
Rata-rata		45,7	81,8	79,0%

Sebagian besar peserta (23 dari 25 orang atau 92%) berhasil membuat website sederhana menggunakan platform WordPress.com. Website yang dibuat memuat informasi dasar usaha, katalog produk/jasa, kontak, dan tautan ke media sosial. Dua peserta belum menyelesaikan website karena keterbatasan perangkat pribadi.

4.2. Dokumentasi Website Usaha Peserta

Berikut adalah salah satu contoh tampilan website peserta:



Gambar 1. Contoh Tampilan Website Peserta

4.3. Evaluasi Website oleh Fasilitator

Evaluasi dilakukan menggunakan rubrik yang mencakup aspek tampilan, navigasi, kelengkapan informasi, dan keterpaduan dengan media sosial. Hasil evaluasi dirangkum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Website Usaha Peserta (Skor Maksimum 100)

Kategori Skor	Jumlah Peserta	Persentase
85–100 (Sangat Baik)	14	56%
70–84 (Baik)	7	28%
< 70 (Cukup)	4	16%

4.4. Perbandingan dengan Pengabdian Sebelumnya

Berbeda dengan pelatihan sebelumnya yang hanya berfokus pada penggunaan media sosial (Krisna and Arsawati 2022) atau pengenalan e-commerce tanpa praktik langsung (Azhaar and Bataha 2024), kegiatan ini mengintegrasikan teori dan praktik pembuatan website secara langsung, serta memberikan pendampingan pasca pelatihan. Hasilnya, peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga memiliki produk nyata berupa website usaha yang dapat langsung digunakan.

Tabel 3. Perbandingan Pengabdian Sebelumnya dan Penelitian Ini

Aspek	(Suarsana et al. 2023)	(Purnamasar et al. 2023)	Penelitian Ini
Media pelatihan	Media sosial	Marketplace	Website usaha mandiri
Metode	Teori dan simulasi	Ceramah/simulasi	Praktik langsung + bimbingan
Hasil konkret peserta	Akun Instagram usaha	Akun Tokopedia/Shopee	Website aktif & berjalan
Pendampingan lanjutan	Tidak tersedia	Terbatas	2 minggu daring

4.5. Analisis Tambahan dan Implikasi

Meski hasil pelatihan sangat positif, masih terdapat tantangan seperti keterbatasan perangkat pribadi, kendala koneksi internet, serta kebutuhan untuk pelatihan lanjutan (misalnya optimasi SEO dasar dan Google Analytics). Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan digital UMKM sebaiknya berkelanjutan dan disertai pemantauan jangka panjang.

V. KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan website usaha bagi pelaku UMKM terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan signifikan dalam aspek pengetahuan pemasaran digital, penguasaan platform website, serta kemampuan teknis pembuatan dan pengelolaan website usaha. Sebanyak 92% peserta berhasil membuat website usaha sederhana yang memuat informasi produk dan tautan kontak, serta dapat digunakan sebagai media promosi resmi.

Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam menjawab kebutuhan pelaku UMKM terhadap media pemasaran digital yang lebih mandiri, kredibel, dan dapat dikendalikan secara langsung, berbeda dari pengabdian sebelumnya yang cenderung hanya menitikberatkan pada media sosial atau e-commerce pihak ketiga. Evaluasi kualitas website menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menghasilkan situs dengan kategori "baik" hingga "sangat baik", serta memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya menjawab tujuan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM, tetapi juga memberikan landasan konkret bagi transformasi pemasaran usaha kecil ke arah digitalisasi yang berkelanjutan. Ke depan, program serupa dapat diperluas dengan pendampingan lanjutan seperti optimasi SEO, pengelolaan konten, dan analisis trafik untuk mempertahankan efektivitas website dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pembuatan Website Usaha untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM di Era Digital ini. Pemerintah Daerah [Nama Kabupaten/Kota/Desa] beserta jajaran, yang telah memberikan izin, dukungan moral, serta membantu dalam mobilisasi peserta dari kalangan pelaku UMKM lokal. Para peserta pelatihan, yaitu pelaku UMKM yang dengan antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, berkontribusi aktif dalam sesi pelatihan, dan berkomitmen untuk mengembangkan usaha mereka secara digital. Tim fasilitator dan narasumber, yang telah membagikan ilmu, keahlian teknis, serta memberikan bimbingan secara intensif kepada peserta selama dan setelah pelatihan berlangsung. Relawan mahasiswa dan panitia pelaksana, yang telah bekerja keras dalam mempersiapkan dan mendukung pelaksanaan kegiatan secara teknis dan administratif. Semoga kerja sama dan semangat kolaboratif yang telah terjalin dalam kegiatan ini dapat terus berlanjut dalam program-program pengabdian lainnya yang berdampak nyata bagi masyarakat, khususnya dalam mendukung transformasi digital UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfira, Putri. 2023. "UPGRADING PRODUK LABEL KEMASAN SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DAYA TARIK PEMASARAN PADA UMKM RENGGINANG DI DESA PERPAT, BELITUNG." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(1):10-14.
- Azhaar, Putri Sakinah, and Katerina Bataha. 2024. "Sarana Dan Prasarana Pendidikan Dalam Peningkatan Kualitas Proses Pembelajaran Siswa." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 3(1):15-22.
- Furqan, and Yogi Putra. 2022. "Pelatihan Sertifikasi Kompetensi SDM Pariwisata Di Hotel Saka Medan Tahun 2022." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 1(1):6-12.
- Hasbullah, H., Supardi Uki Sajiman, and Eva Yuni Rahmawati. 2024. "Pendampingan Penyusunan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Bagi Guru Yayasan Cordova Di Tangerang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(2):34-38.
- Krisna, Nova, and Ni Nyoman Juwita Arsawati. 2022. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produktivitas Tenaga Kerja Di Disnaker Provinsi Bali." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 1(1):1-5.
- Maulfani, Cindy Putri, Rahmad, and Sulistyowati. 2023. "Pendampingan Kegiatan Membaca Siswa Kelas III Melalui Pengabdian Mahasiswa IAIN Palangka Raya." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(1):15-21.
- Moussadecq, Ade, Desiana Muryasari, and Abdi Darmawan. 2023. "Pelatihan Desain Grafis Bagi Siswa-Siswi Sma Negeri 5 Bandar Lampung." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(1):1-9.
- Purnamasar, Eka, Eva Ratna Dewi, Lidya Natalia Br Sinuhaji, and Adelina Sembiring. 2023. "Promosi Kesehatan Dan Pelaksanaan Pemberian Imunisasi BCG Pada Bayi 0-2 Bulan Diklinik Deby Cyntia Yun." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(1):22-27.
- Seputra, Adji, and Dheasey Amboningtyas. 2022. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN DALAM BUDIDAYA STROBERI." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 1(1):13-17.
- Suarsana, Made, I. Putu Parmila, Putu Shantiawan Prabawa, Putu Suwardike, and Luh Pastiniasih. 2023. "Pemanfaatan Pekarangan Untuk Ketahanan Pangan Keluarga Pada Kelompok Wanita Tani Di Desa Alasangker." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 1(2):38-43.