

Pelatihan Membangun Website Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Pengembangan Usaha Mitra Cikoko

Training on Building Micro, Small, and Medium Enterprises Websites for Business Development At Cikoko Partners

¹Ridwansyah*, ²Titin Prihatin, ³Ispandi, ⁴Oky Kurniawan
^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

e-mail: ¹ridwansyah.rid@bsi.ac.id; ²titin.tpn@bsi.ac.id; ³ispandi.ipd@bsi.ac.id; ⁴oky.okw@bsi.ac.id

Informasi Artikel: (Dikirim 23/10/25; Revisi 16/04/26; Diterima 17/06/26)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir memberikan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Namun, berdasarkan hasil observasi pada mitra, yaitu warga RT 07 Kelurahan Cikoko, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, masih ditemukan permasalahan berupa rendahnya literasi digital serta keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung kegiatan usaha. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan literasi digital dan keterampilan peserta dalam membangun website UMKM sederhana menggunakan WordPress sebagai media promosi digital. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung pembuatan website, serta pendampingan peserta selama pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan website untuk pengembangan usaha serta mampu membuat website sederhana yang memuat profil usaha, informasi produk, galeri, dan kontak usaha. Selain itu, mayoritas peserta memberikan respons positif terhadap pelaksanaan kegiatan dan menyatakan bahwa pelatihan mampu membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi terkait pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesiapan digital pelaku UMKM sehingga dapat mendukung perluasan pasar dan peningkatan daya saing usaha.

Kata kunci—
Pelatihan, UMKM,
Website, Wordpress.

Keywords— Training,
UMKM, Website,
Wordpress.

© The Author(s)



This work is licensed under a
Creative Commons
Attribution-
NonCommercial- ShareAlike
4.0 International License.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology in recent years has created significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance their competitiveness and expand market reach. However, based on observations conducted among residents of RT 07, Cikoko Village, Pancoran District, South Jakarta, several challenges were identified, including low digital literacy and limited ability to utilize technology to support business activities. This community service program aimed to improve participants' digital literacy and skills in developing simple MSME websites using WordPress as a digital marketing medium. The program was implemented through lectures, demonstrations, hands-on website development practice, and participant mentoring throughout the training sessions. The results showed that participants gained a better understanding of website

utilization for business development and were able to create simple websites containing business profiles, product information, photo galleries, and contact details. Furthermore, most participants responded positively to the program and stated that the training helped address their challenges in adopting digital technology. This activity contributed to enhancing the digital readiness of MSME actors, thereby supporting market expansion and improving business competitiveness.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional (Kholifah & Andini, 2024). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 64 juta UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Fauzan, 2023). Namun, di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pengembangan usaha (Mardiana et al., 2022).

Kemajuan teknologi informasi, seperti meningkatnya penggunaan *marketplace* dan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi, menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital (Saputri, Berliana, & Nasrida, 2023). Sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan dan keterampilan digital yang memadai untuk mendukung keberlanjutan usahanya (Sunuantari, Irwa Rochimah Zarkasi, Gunawan, & Raihan Muhammad Farhan, 2021). Kondisi ini menyebabkan ketimpangan antara pelaku usaha yang sudah bertransformasi *digital* dan mereka yang masih menggunakan cara konvensional. Konsumen *e-commerce* di Indonesia sendiri didominasi oleh perempuan, yang menunjukkan adanya potensi besar pasar *digital* yang belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku UMKM lokal (Herwanda & Aji, 2023).

Isu penting yang muncul dalam konteks ini adalah rendahnya literasi *digital* dan keterbatasan kemampuan dalam mengelola teknologi informasi (Purwati & Latifah, 2022). Banyak pelaku UMKM belum mampu membangun dan mengelola *website* sebagai media promosi maupun transaksi daring. Selain itu, meningkatnya persaingan bisnis berbasis *digital* dan dominasi *platform e-commerce* menuntut UMKM untuk melakukan transformasi *digital* secara berkelanjutan. UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital seperti pemasaran *online*, pembayaran elektronik, dan pengelolaan data pelanggan, berisiko kehilangan peluang pasar serta mengalami penurunan daya saing dibandingkan pelaku usaha yang telah terdigitalisasi (Dewi & Indrajay, 2023). Sebaliknya, UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital cenderung memiliki jangkauan pasar yang lebih luas, proses bisnis yang lebih efisien, serta kemampuan yang lebih baik dalam merespons perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen. Oleh sebab itu, diperlukan upaya pemberdayaan melalui pelatihan yang relevan dan praktis untuk membantu UMKM beradaptasi terhadap disrupsi ekonomi digital (Harianto & Sari, 2021). Upaya peningkatan kapasitas masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital juga menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung transformasi menuju ekosistem digital yang lebih adaptif dan berkelanjutan (Artisa et al, 2023).

Di era digital saat ini, kehadiran *website* tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga menjadi media strategis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan membangun citra profesional bagi UMKM. Dengan *website* pelaku usaha dapat mempromosikan produk, menjangkau konsumen secara lebih luas, serta memanfaatkan fitur transaksi *online* (Aini, Safitri, Majalina, Abidin, & Khoiriawati, 2024). Salah satu *platform* yang paling mudah diakses dan populer adalah *WordPress*, sebuah *Content Management System (CMS)* yang menawarkan fleksibilitas tinggi, kemudahan penggunaan, serta ketersediaan tema dan plugin yang sesuai dengan berbagai kebutuhan bisnis (Rosadi et al, 2023).

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan warga RT 07 Cikoko Jakarta Selatan, diketahui bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usahanya. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke

mulut serta media sosial sederhana, sementara pemanfaatan website sebagai sarana promosi dan informasi usaha masih sangat terbatas. Selain itu, keterbatasan pengetahuan mengenai pembuatan dan pengelolaan website menyebabkan pelaku UMKM belum mampu membangun identitas digital yang profesional dan mudah diakses oleh calon pelanggan. Kondisi tersebut mengakibatkan jangkauan pemasaran menjadi kurang optimal dan peluang untuk meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat telah berfokus pada peningkatan kemampuan *digital* pelaku UMKM terutama melalui pelatihan pembuatan *website* dan pemasaran *digital*. Pengabdian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran *digital* mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi daring untuk memperluas jangkauan pasar (Permatsari, Adha, & Anwar, 2024). Selain itu penelitian lain juga melaporkan bahwa pelatihan *digital marketing* dan pembuatan *website* sederhana dapat meningkatkan kemampuan promosi dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara daring (Suroso, Santosa, Putra, & Harison, 2023). Selain itu, melalui kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pembuatan website terintegrasi *Artificial Intelligence (AI)* secara signifikan meningkatkan literasi *digital* dan kinerja peserta dengan nilai peningkatan rata-rata sebesar 32 *point* serta *N-Gain* sebesar 0,68 (Kurniawan et al., 2025). Hasil-hasil tersebut menegaskan pentingnya pelatihan berbasis teknologi seperti *CMS* dalam mendukung proses *digitalisasi* dan daya saing UMKM di era ekonomi *digital*.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan hasil pengabdian terdahulu tersebut, kegiatan “Pelatihan Membangun Website UMKM Sederhana Menggunakan WordPress” diselenggarakan sebagai solusi untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan praktis warga RT 07 Cikoko, Jakarta Selatan. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya website bagi pengembangan usaha serta keterampilan teknis dalam membuat dan mengelola website secara mandiri menggunakan WordPress. Oleh karena itu, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi digital dan kemampuan peserta dalam membangun website UMKM sederhana sebagai sarana promosi digital guna mendukung perluasan pasar dan peningkatan daya saing usaha.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 12 Oktober 2025 pada waktu: 08.00 – 12.00 WIB dan bertempat: Sekretariat RT 07 Cikoko. Pada kegiatan ini yang menjadi peserta adalah pengurus dan anggota RT 07 Cikoko.

Sasaran kegiatan ini adalah warga RT 07 Cikoko, khususnya pengurus dan pelaku UMKM lokal yang membutuhkan peningkatan kemampuan literasi digital. Kegiatan difokuskan pada peningkatan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk administrasi RT dan promosi usaha berbasis daring.

2.1 Struktur dan Tugas Tim Pelaksana

Kegiatan pengabdian dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa dengan pembagian tugas sebagai berikut:

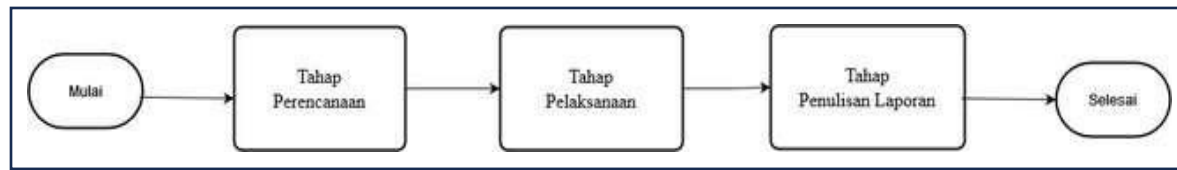
Tabel 1. Struktur dan Tugas Tim

Nama	Tugas
Ketua Pelaksana	Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan akhir.
Narasumber/Tutor Utama	Menyusun materi pelatihan dan bertindak sebagai tutor utama.
Koordinator Dokumentasi dan Evaluasi	Bertanggung jawab terhadap dokumentasi kegiatan dan pengelolaan kuesioner evaluasi.

Koordinator Publikasi	Menangani publikasi kegiatan melalui media dan jurnal ilmiah.
Anggota/Pendamping Peserta	Membantu dalam pendampingan peserta selama pelatihan dan proses evaluasi kegiatan.

2.2 Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan

2.2.1 Tahap Perencanaan

Tim pengabdian melakukan diskusi awal dengan mitra (RT 07 Cikoko) untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi warga terkait literasi digital dan penggunaan teknologi dalam administrasi maupun ekonomi. Berdasarkan hasil diskusi tersebut, disusun proposal kegiatan, jadwal, serta materi pelatihan. Persiapan teknis juga dilakukan, termasuk pembuatan bahan ajar, alat bantu pelatihan, serta koordinasi dengan mitra terkait sarana dan prasarana.

2.2.2 Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan langsung. Peserta diberikan materi mengenai pemanfaatan teknologi digital, pembuatan website sederhana berbasis Content Management System (CMS), serta penggunaan media daring untuk promosi UMKM. Kegiatan difasilitasi oleh tutor dan asisten mahasiswa untuk memastikan seluruh peserta dapat mengikuti praktik secara langsung.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Di akhir kegiatan, dilakukan evaluasi melalui kuesioner berbasis skala Likert untuk mengukur tingkat kepuasan peserta, manfaat kegiatan, serta persepsi peserta terhadap materi yang telah diberikan.

2.2.3 Tahap Penulisan Laporan dan Publikasi

Setelah kegiatan selesai, tim menyusun laporan akhir sesuai prosedur institusi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 25 peserta. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert untuk mengukur tingkat pemahaman, kepuasan, dan manfaat yang dirasakan peserta setelah mengikuti kegiatan. Selain itu, observasi selama pelaksanaan kegiatan juga digunakan untuk memperoleh umpan balik terkait partisipasi dan keterlibatan peserta. Hasil kegiatan selanjutnya dipublikasikan melalui media massa, portal kampus, dan jurnal pengabdian masyarakat sebagai bentuk diseminasi hasil kegiatan kepada masyarakat luas.

2.3 Partisipasi Mitra

Mitra berperan aktif sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Dukungan yang diberikan antara lain berupa penyediaan tempat, sosialisasi kegiatan kepada warga, serta pemberian data awal yang dibutuhkan untuk perancangan materi. Mitra juga membantu memastikan kehadiran peserta dan berpartisipasi dalam proses evaluasi kegiatan agar program dapat berlanjut secara mandiri di kemudian hari.

2.4 Evaluasi dan Indikator Keberhasilan

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner kepuasan yang diberikan kepada seluruh peserta setelah kegiatan selesai. Kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap materi, penyampaian narasumber, manfaat kegiatan, dan relevansi materi dengan kebutuhan masyarakat. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi:

1. Tingkat kepuasan peserta berada pada kategori baik atau sangat baik.
2. Peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan bermanfaat dan mudah dipahami.
3. Meningkatnya pemahaman peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam administrasi dan promosi usaha.
4. Tersusunnya laporan kegiatan dan publikasi ilmiah sebagai luaran pengabdian masyarakat.

2.5 Teknik Analisis

Data hasil evaluasi dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menghitung rata-rata skor dan persentase pada setiap aspek penilaian kuesioner, meliputi kepuasan peserta, manfaat kegiatan, kualitas penyampaian materi, dan relevansi materi terhadap kebutuhan masyarakat. Selain itu, analisis kualitatif digunakan untuk menginterpretasikan saran, masukan, dan tanggapan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Pelatihan Membangun Website UMKM Sederhana Menggunakan WordPress” memberikan berbagai manfaat yang dirasakan secara langsung oleh mitra maupun tim pelaksana kegiatan. Adapun manfaat yang diperoleh adalah sebagai berikut:

3.1 Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pengurus RT 07 Cikoko untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki kemampuan dalam membuat dan mengelola website sebagai media promosi usaha. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun materi pelatihan WordPress, menyiapkan modul praktik, serta melakukan koordinasi terkait sarana dan prasarana kegiatan.

3.2 Tahap Pelaksanaan

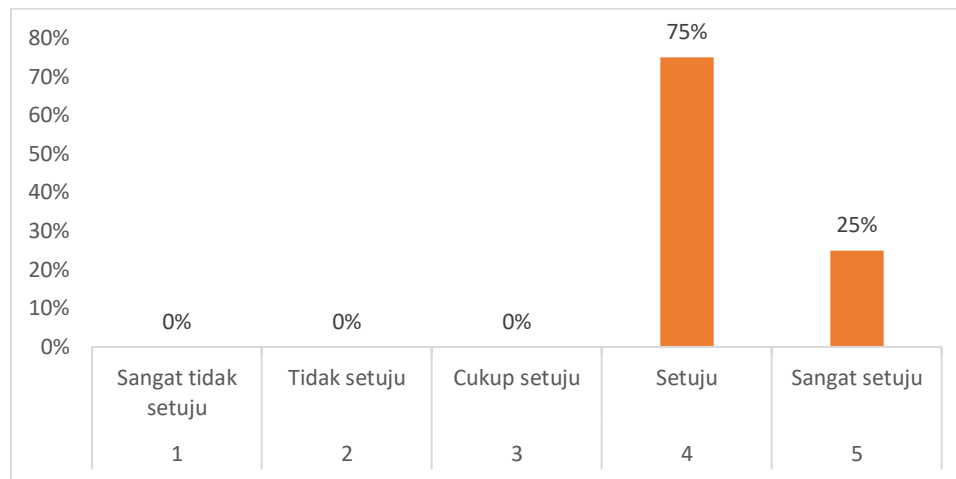
Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 12 Oktober 2025 dengan melibatkan 25 peserta. Materi yang diberikan meliputi pengenalan website UMKM, penggunaan WordPress sebagai CMS, pembuatan halaman website, dan pengelolaan konten. Selama pelaksanaan, peserta didampingi oleh tim pengabdian dan mahasiswa sehingga dapat mengikuti praktik secara langsung.

3.3 Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert yang diberikan kepada seluruh peserta setelah kegiatan selesai. Evaluasi bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan, manfaat kegiatan, peningkatan keterampilan, dan persepsi peserta terhadap pelaksanaan pelatihan.

1. Meningkatkan Literasi Digital Mitra

Melalui pelatihan ini, mitra memperoleh pengetahuan dan pemahaman baru terkait pemanfaatan teknologi digital khususnya dalam pembuatan website yang relevan dengan kebutuhan organisasi. Grafik di bawah ini menggambarkan persepsi peserta terhadap kegiatan yang dapat memberikan solusi permasalahan:

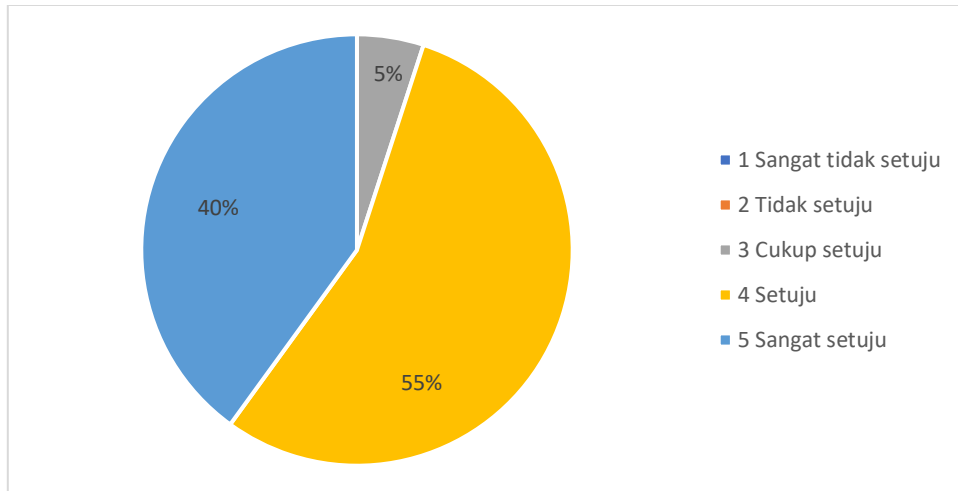


Gambar 3. Persepsi Peserta Tentang Kegiatan yang Dapat Memberikan Solusi Permasalahan

Gambar 3 menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan mampu menjawab permasalahan utama mitra yang telah diidentifikasi pada tahap observasi, yaitu rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan usaha. Temuan ini sejalan dengan permasalahan bahwa rendahnya literasi digital merupakan salah satu hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM. Melalui pelatihan WordPress, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya *website* sebagai media promosi dan sarana pengembangan usaha sehingga dapat meningkatkan kesiapan digital serta kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

2. Peningkatan Keterampilan Teknologi Informasi

Peserta pelatihan ini memperoleh keterampilan praktis dalam mengembangkan dan mengelola website sebagai media komunikasi, informasi, dan identitas organisasi. Grafik di bawah ini menggambarkan persepsi peserta terhadap kegiatan PKM yang menambah keterampilan peserta:

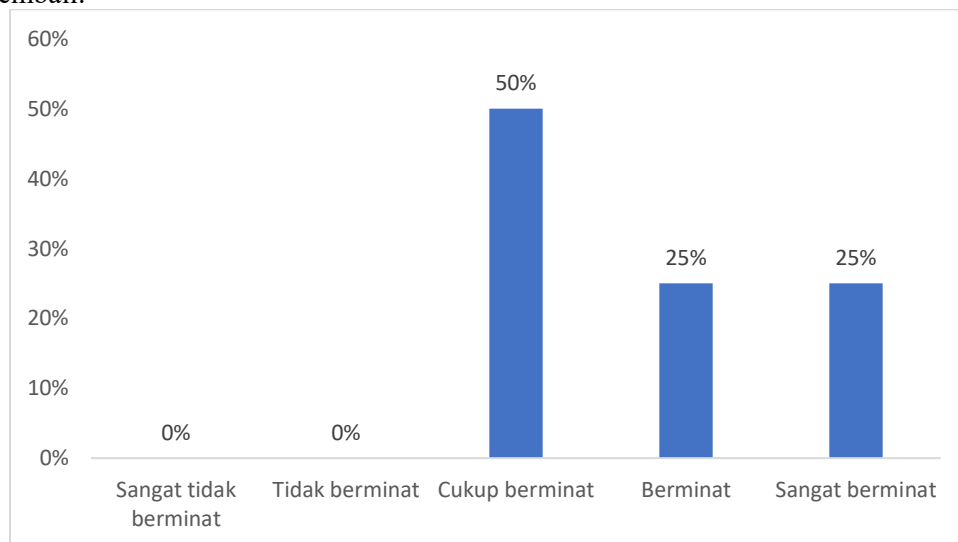


Gambar 4. Persepsi Peserta tentang kegiatan PKM Menambah Keterampilan Peserta

Gambar 4 menunjukkan peningkatan keterampilan peserta bahwa penggunaan *WordPress* sebagai CMS merupakan pendekatan yang tepat untuk pelaku UMKM karena mudah dipelajari dan tidak memerlukan kemampuan pemrograman yang kompleks. Hasil ini mendukung bahwa *website* dapat menjadi media strategis bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun citra profesional usaha. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan pelatihan pembuatan website sederhana mampu meningkatkan kemampuan promosi digital pelaku UMKM. Implikasinya, peserta memiliki kemampuan untuk mengelola media promosi digital secara mandiri sehingga dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan mendukung peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

3. Minat Peserta untuk Berpartisipasi Kembali

Kegiatan PKM ini juga berhasil menumbuhkan minat peserta untuk berpartisipasi kembali pada kegiatan serupa di masa mendatang. Grafik di bawah ini menggambarkan minat peserta untuk berpartisipasi kembali:

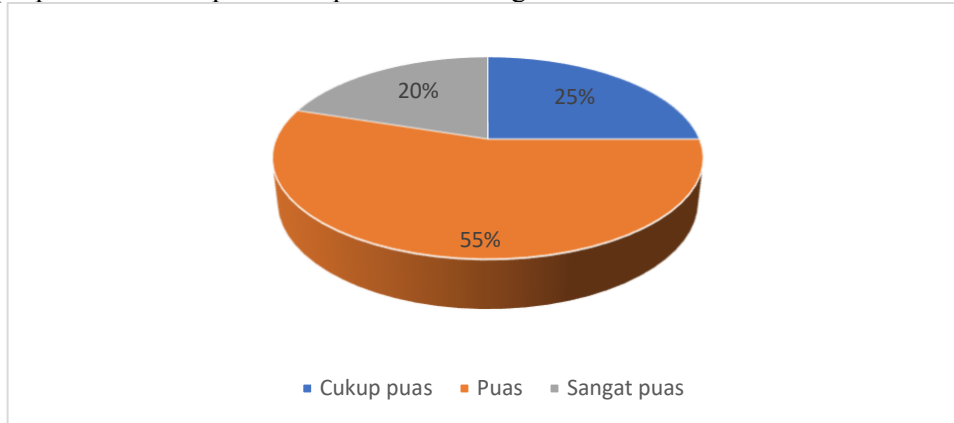


Gambar 5. Minat Peserta Untuk Berpartisipasi Kembali Pada Kegiatan PKM

Gambar 5 menunjukkan bahwa tingginya minat peserta untuk mengikuti kegiatan pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM menyadari pentingnya penguasaan teknologi digital dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Temuan ini mendukung konsep transformasi digital UMKM yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia sebagai faktor keberhasilan adopsi teknologi digital secara berkelanjutan.

4. Persepsi Peserta Terhadap Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan PKM dinilai positif oleh peserta. Grafik di bawah ini menggambarkan persepsi peserta terhadap kualitas pelaksanaan kegiatan PKM:

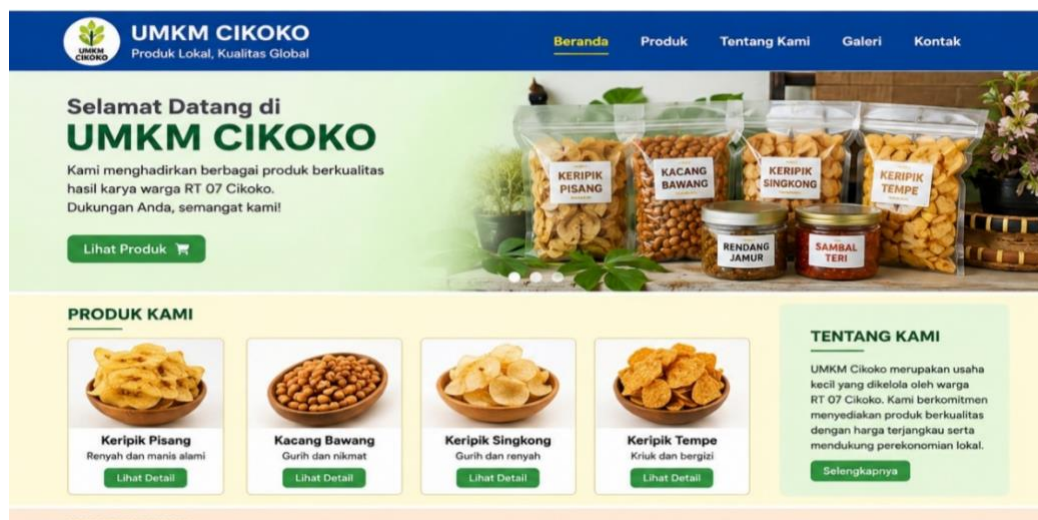


Gambar 6. Persepsi Peserta Terhadap Pelaksanaan Kegiatan PKM

Gambar 6 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peserta yang tinggi menunjukkan bahwa metode pelatihan yang digunakan mampu memberikan pengalaman belajar yang efektif dan mudah dipahami. Keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on training*) dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kompetensi digital masyarakat. Hasil ini memperkuat temuan bahwa pelatihan digital mampu meningkatkan pemahaman peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha.

3.4 Luaran Kegiatan

Salah satu luaran nyata yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini adalah kemampuan peserta dalam membuat website UMKM sederhana menggunakan platform WordPress. Setelah mengikuti pelatihan, peserta berhasil memahami tahapan pembuatan website mulai dari pengenalan antarmuka WordPress, pengelolaan konten, hingga penyusunan halaman informasi usaha. Kemampuan tersebut diwujudkan dalam bentuk website yang memuat profil usaha, informasi produk, galeri foto, dan kontak yang dapat digunakan sebagai media promosi digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya transformasi digital, tetapi juga menghasilkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan untuk mendukung pengembangan usaha dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM.



Gambar 7. Hasil Pelatihan Pelaksanaan

Setelah mengikuti pelatihan, peserta berhasil membuat halaman website yang berisi profil usaha, informasi produk, galeri foto, dan kontak usaha yang dapat digunakan sebagai media promosi digital. Sebagai contoh, peserta berhasil menyusun halaman utama website UMKM yang terdiri atas banner promosi, deskripsi usaha, katalog produk, serta informasi kontak yang dapat diakses secara daring. Website tersebut dirancang menggunakan template WordPress yang mudah dikelola sehingga peserta dapat memperbarui informasi usaha secara mandiri sesuai kebutuhan. Luaran ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknologi digital, tetapi juga menghasilkan produk nyata berupa website yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas promosi dan pengembangan usaha UMKM.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan membangun website UMKM sederhana menggunakan WordPress telah berhasil meningkatkan literasi digital dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha. Peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya website sebagai media promosi digital serta mampu membuat dan mengelola website sederhana menggunakan platform WordPress. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa peserta memberikan respons positif terhadap materi dan pelaksanaan kegiatan. Dengan demikian, kegiatan ini telah mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan website sebagai sarana pendukung pengembangan usaha UMKM.

5. SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, disarankan agar program serupa dapat dilanjutkan melalui pelatihan lanjutan yang membahas pengelolaan website secara lebih mendalam, seperti optimasi konten, integrasi media sosial, dan pemanfaatan fitur pemasaran digital untuk mendukung pengembangan usaha UMKM. Selain itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar peserta dapat mengimplementasikan dan mengelola website yang telah dibuat secara mandiri dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kegiatan pengabdian berikutnya juga dapat memperluas cakupan peserta dengan melibatkan lebih banyak pelaku UMKM dan komunitas masyarakat sehingga manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas. Di samping itu, kerja sama dengan pemerintah daerah, komunitas bisnis, maupun lembaga terkait perlu ditingkatkan untuk mendukung keberlanjutan program digitalisasi UMKM serta memperkuat pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian usaha masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa, rekan dan peserta yang telah terlibat dan memberikan dukungan terhadap kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis Peluang Dan Tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan Umkm Di Indonesia. *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2842>
- Artisa, R. A., Ramdani, E. M., & Abubakar, R. R. T. (2023). Mendorong Perwujudan Desa Digital 4.0 Melalui Identifikasi Tahapan Pengembangan Desa Digital. *Setia Mengabdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 23–29.
- Dewi, I. A. P. P., & Indrajay, I. G. B. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Jumlah Pelanggan, Dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Bidang Kuliner. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 12(11).
- Fauzan, M. (2023). Jumlah UMKM Indonesia Capai 66 Juta pada 2023. Retrieved from GoodStats website: https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-umkm-indonesia-capai-66-juta-pada-2023-CN6TF?utm_source=chatgpt.com
- Hariato, R. A., & Sari, P. N. (2021). Strategic digitalization of UMKM business as an alternative to survive the COVID-19 pandemic. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 617–623. <https://doi.org/https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS1.1446>
- Herwanda, B. A., & Aji, R. I. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Konsistensi Feeds Instagram @Bawapulang.Official. *Journal of Creative Student Research*, 1(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran Umkm Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3, 459–466.
- Kurniawan, O., Ridwansyah, Prihatin, T., & Ispandi. (2025). Peningkatan Kinerja dengan Pembuatan Website Terintegrasi Artificial Intelligence pada Yayasan Kopia Raya Insani. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Terintegrasi*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33795/jindeks.v9i2.7523>
- Mardiana, N., Azwar, A. G., Nurhayati, L., Nurwathi, N., Wisnu Wijaya, Ahmad Munandar, ... Sofiani Nalwin Nurbani. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi UMKM Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v3i1.1150>
- Per matsari, N. T., Adha, R., & Anwar, S. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/dmzrc233>
- Purwati, R., & Latifah, L. (2022). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Desa pamijahan. *Inisiatif: Jurnal Dedikasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.61227/inisiatif.v1i2.94>
- Rosadi, A. P., Azzahra, C. K., Agiast, M. R., Heryawan, S. P., & Cahyani, S. A. (2023). Inovasi Layanan Kesehatan Mental Berbasis Website pada Posyandu Remaja: MENTABOOST. *Setia Mengabdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 16–22.
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia. *KNOWLEDGE : Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>
- Sunuantari, M., Irwa Rochimah Zarkasi, Gunawan, I., & Raihan Muhammad Farhan. (2021). R-TIK Digital Literacy towards Indonesian MSMEs (UMKM) Digital Energy of Asia. *Jurnal Komunikator*, 13(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jkm.12380>
- Suroso, E., Santosa, A. D., Putra, A. S., & Harison, E. D. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dan Pembuatan Konten Untuk Umkm Di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ilmu Manajemen*, 1(1).