

Outline Journal of Community Development

Journal homepage: <https://journal.outlinepublisher.com/index.php/OJCD>

Website and Online Store Creation Training for SMEs in Rural Kolam Areas

Pelatihan Pembuatan Website dan Toko Online untuk UMKM di Kawasan Perdesaan Kolam

Muammar Rinaldi^{1*}, Ahmad Haris Hasanuddin Slamet², Oky Syahputra³, Iin Srimulyani⁴, Tina Muhardika Handayani⁵, Henny Purnama Dewi⁶

¹Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

²Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

³Akuntansi, Universitas Battuta, Indonesia

⁴SMP Negeri 3 Cilegon, Indonesia

^{5,6}Manajemen, Universitas Battuta, Indonesia

*Correspondence: muammar@unimed.ac.id

Keyword	Abstract
Training, Website, SMEs, Online Store.	<i>The website and online store training for SMEs in the Kolam Rural Area aimed to enhance the digital capacity of entrepreneurs in marketing their products online. The activity involved 20 SME owners who were taught how to create websites, integrate products into e-commerce platforms, and apply basic digital marketing techniques through social media and SEO. The results of the training showed a significant increase in participants' knowledge of utilizing technology to grow their businesses. Despite challenges related to limited digital infrastructure, participants successfully created and managed their websites and online stores. This training provides a strong foundation for SMEs to expand their market reach and improve their competitiveness. Going forward, further training and improvements in digital infrastructure are essential to ensure the long-term success and sustainability of SMEs in rural areas.</i>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan ekonomi digital, UMKM, khususnya yang berada di kawasan perdesaan, masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengakses pasar yang lebih luas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam

memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pembuatan website dan toko online yang dapat memperluas jaringan pemasaran mereka.

Meskipun UMKM di kawasan perdesaan memiliki potensi yang besar, banyak di antara mereka yang belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam mengembangkan bisnis, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan transaksi secara online. Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dalam pembuatan website dan toko online, serta terbatasnya akses ke informasi dan pelatihan yang dapat membantu mereka meningkatkan kapasitas digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang relevan dalam membangun kemampuan digital UMKM di kawasan perdesaan, khususnya di bidang pembuatan website dan toko online.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di kawasan perdesaan dalam hal pembuatan website dan toko online. Selain itu, kegiatan ini bertujuan memberikan wawasan kepada UMKM tentang pentingnya digitalisasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka, serta mengajarkan teknik dasar dalam pemasaran digital untuk membantu UMKM memanfaatkan platform online dalam memperkenalkan dan menjual produk mereka secara lebih efektif. Tak kalah penting, kegiatan ini juga bertujuan menyediakan akses kepada UMKM untuk memanfaatkan teknologi yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal dan membantu mereka mengakses pasar yang lebih luas.

Pelatihan ini dilaksanakan di kawasan Perdesaan Kolam, sebuah daerah yang terletak di pinggiran kota dengan akses terbatas terhadap teknologi digital dan infrastruktur internet. Sebagian besar pelaku UMKM di daerah ini menjalankan usaha berbasis pada produk lokal, seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan produk pertanian. Meskipun memiliki produk yang berkualitas, banyak dari mereka yang terbatas dalam memasarkan hasil produksi mereka hanya kepada konsumen lokal atau dalam radius yang sangat terbatas. Peserta yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang mayoritas berusia antara 25 hingga 50 tahun, dengan sebagian besar memiliki tingkat pendidikan SMA atau di bawahnya. Mereka memiliki semangat tinggi untuk mengembangkan usaha, namun masih terbatas pada pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Banyak di antara mereka yang belum memiliki website atau toko online, dan masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti pasar lokal atau penjualan melalui mulut ke mulut.

Kondisi sosial ekonomi kawasan ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar penduduknya tergolong dalam kelompok ekonomi menengah ke bawah, mereka memiliki potensi besar untuk berkembang jika diberikan akses pada pelatihan dan teknologi yang tepat. Terlebih lagi, dengan adanya pelatihan yang dapat meningkatkan kapasitas digital, diharapkan mereka dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing, serta pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di kawasan Perdesaan Kolam dapat mengatasi hambatan yang ada dan mulai memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing di pasar yang lebih luas.

METODE

Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode kombinasi antara teori dan praktik. Kegiatan ini terbagi dalam beberapa tahapan, sebagai berikut: **Pemilihan Peserta:** Pelatihan ini diikuti oleh 20 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai sektor usaha di kawasan Perdesaan Kolam, seperti usaha makanan, kerajinan tangan, dan produk pertanian lokal. **Materi Pelatihan:**

- a) **Pengenalan Website dan Toko Online:** Peserta diajarkan tentang konsep dasar pembuatan website dan toko online, serta manfaatnya dalam memasarkan produk secara luas.
- b) **Platform dan Tools:** Para peserta diperkenalkan dengan berbagai platform pembuatan website seperti WordPress, serta platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee untuk membangun

toko online.

- c) **Praktik Langsung:** Peserta dibimbing secara langsung dalam proses pembuatan website dan toko online, mulai dari pendaftaran domain, pemilihan tema, pengisian konten, hingga integrasi dengan sistem pembayaran online.
- d) **Pemasaran Digital:** Materi juga mencakup dasar-dasar pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas toko online.

Evaluasi dan Umpan Balik: Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Umpan balik juga diambil untuk meningkatkan kualitas pelatihan di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

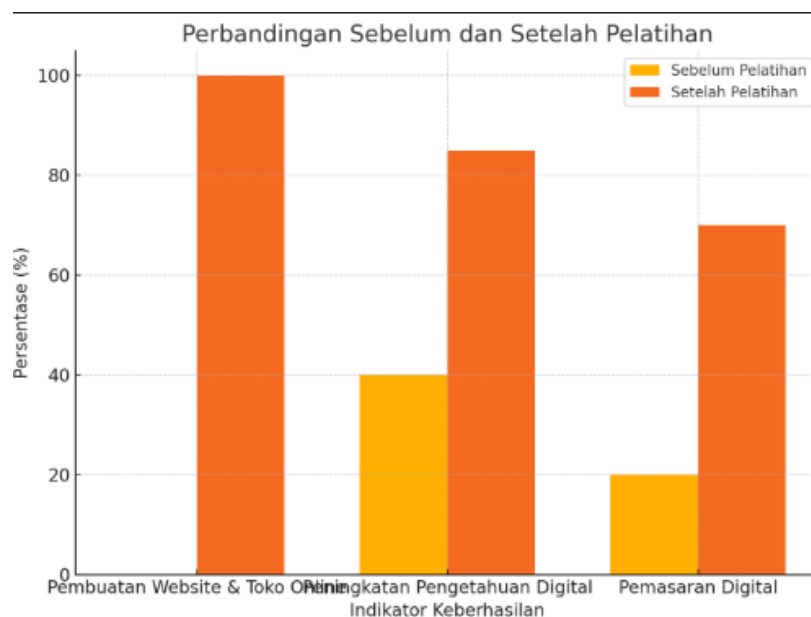
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan yang melibatkan peserta secara aktif dalam pelatihan yang berbasis pada praktik langsung. Kegiatan dimulai dengan sesi teori mengenai pentingnya memiliki website dan toko online sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar UMKM. Peserta kemudian diajak untuk mengikuti sesi praktik di mana mereka langsung terlibat dalam proses pembuatan website dan toko online, dengan menggunakan platform yang mudah diakses seperti WordPress dan Shopee. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk membangun website mereka sendiri dan mengintegrasikan produk mereka ke dalam toko online, diikuti dengan bimbingan langsung dari tim pengabdian.

Indikator tercapainya tujuan dalam kegiatan ini diukur melalui beberapa tolak ukur, antara lain:

1. Pembuatan Website dan Toko Online: Keberhasilan kegiatan ini pertama-tama diukur dari sejauh mana peserta dapat membuat dan mengelola website serta toko online mereka. Semua peserta berhasil membuat website dan toko online mereka masing-masing, yang menunjukkan bahwa mereka telah menguasai dasar-dasar pembuatan website dan platform e-commerce.
2. Peningkatan Pengetahuan Digital: Pengetahuan peserta tentang digitalisasi dan pemasaran online diukur melalui pre-test dan post-test, yang menunjukkan peningkatan pemahaman signifikan setelah pelatihan. Hasil post-test menunjukkan rata-rata peningkatan pengetahuan peserta tentang penggunaan alat digital dan media sosial untuk pemasaran produk.
3. Pemasaran Digital: Keberhasilan juga dilihat dari seberapa efektif peserta dapat memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce dalam memasarkan produk mereka. Banyak peserta yang mulai mengintegrasikan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka, serta memanfaatkan teknik dasar SEO untuk meningkatkan visibilitas toko online mereka di mesin pencari.

Keberhasilan dari kegiatan pengabdian ini juga terlihat dari umpan balik positif yang diberikan oleh peserta, yang mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara digital dan lebih memahami cara mengoptimalkan teknologi untuk mendukung usaha mereka. Beberapa peserta bahkan melaporkan bahwa mereka mulai mendapatkan pelanggan dari luar daerah setelah meluncurkan toko online mereka.

Namun, kegiatan ini juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satu kelemahan utama yang ditemukan adalah terbatasnya akses internet yang stabil di beberapa lokasi di kawasan perdesaan Kolam. Beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengakses platform digital yang membutuhkan koneksi internet yang kuat, yang tentu saja mempengaruhi kelancaran proses pembuatan website dan pengelolaan toko online. Meskipun demikian, mayoritas peserta berhasil menyelesaikan pembuatan website dan toko online mereka setelah dibimbing lebih lanjut oleh fasilitator.



Gambar 1. Perbandingan sebelum dan sesudah pelatihan

Keberhasilan tersebut menunjukkan dampak positif yang dihasilkan oleh kegiatan pelatihan ini dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM di kawasan Perdesaan Kolam. Keunggulan dari kegiatan ini adalah kemampuannya untuk memberikan pelatihan yang sangat relevan dan aplikatif, yang langsung dapat diterapkan oleh peserta dalam usaha mereka. Selain itu, metode pelatihan yang berbasis pada praktik langsung memungkinkan peserta untuk belajar dengan cara yang lebih interaktif dan efektif. Keunggulan lainnya adalah adanya dukungan langsung dari fasilitator, yang membantu peserta mengatasi kendala teknis yang muncul selama proses pembuatan website dan toko online.

Meskipun demikian, fokus utama kegiatan ini lebih terfokus pada pembuatan website dan toko online, sementara masih ada ruang untuk memperdalam materi terkait pemasaran digital lanjutan dan pengelolaan bisnis online secara menyeluruh. Oleh karena itu, untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan untuk menambahkan sesi pelatihan lanjutan mengenai analitik website, strategi digital marketing yang lebih mendalam, serta pelatihan tentang pengelolaan sistem pembayaran dan logistik dalam e-commerce.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini sangat sesuai dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Meskipun ada keterbatasan terkait infrastruktur digital, pelatihan ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM di kawasan perdesaan, dan diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas. Ke depannya, keberlanjutan dari kegiatan ini dapat diperkuat dengan peningkatan infrastruktur digital dan pemberian pelatihan lanjutan dalam pemasaran digital dan analitik bisnis online.

KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan website dan toko online untuk UMKM di kawasan Perdesaan Kolam telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengembangkan bisnis mereka secara digital. Para peserta kini lebih memahami pentingnya memiliki website dan toko online sebagai saluran pemasaran yang lebih luas, serta cara memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk mereka. Meskipun demikian, kegiatan ini menghadapi beberapa tantangan, seperti terbatasnya akses internet yang stabil dan keterbatasan perangkat yang mendukung. Hal ini mempengaruhi kelancaran proses pembuatan dan pengelolaan toko online oleh sebagian peserta. Namun, dengan bimbingan langsung dari fasilitator, sebagian

besar peserta berhasil menyelesaikan website dan toko online mereka. Pelatihan ini memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan UMKM di kawasan perdesaan, membuka peluang untuk memperluas pasar mereka di luar daerah lokal. Ke depan, pelatihan lanjutan terkait pemasaran digital dan perbaikan infrastruktur digital akan sangat penting untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dan kesinambungan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningrum, Y., Puspananda, D. R., Irhadanto, B., Zainudin, M., Saputra, F. A., & Shulton, F. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE WIX UNTUK UMKM. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 1(02), 80-84.
- Dafitri, H., Panggabean, E., Wulan, N., Lubis, A. J., Khairani, S., & Humaira, A. P. (2023). Pelatihan pembuatan desain UI/UX website UMKM profile Labscarpe dengan aplikasi Figma: Pelatihan desain UI/UX website UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.2), 1972-1980.
- Darnis, F., & Azdy, R. A. (2019). Pemanfaatan media informasi website promosi (e-commerce) sebagai upaya peningkatan pendapatan UMKM Desa Pedado. *Sindimas*, 1(1), 275-278.
- Gustina, I., Lazuardi, D., & Rinaldi, M. (2025). Sosialisasi strategi adaptasi UMKM ayam penyet medan hadapi dampak inflasi. *Lebah*, 18(3), 193-198.
- Hidayat, A. M., Yusiana, R., Aziz, F., Mulyono, N. N. K., Pangarso, A., Widodo, A., ... & Hapsari, G. I. (2023). Peningkatan Kapabilitas UMKM Yayasan Rikalikas Melalui Website HiUMKM. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 208-215.
- Kusumawati, T. I. J., Triana, D., & Safitra, R. (2024). PKM pembuatan web E-Commerce dengan CMS wordpress untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah kota Tangerang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1812-1818.
- Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Customer Satisfiction Pada Produk Wallpaper (Ud. Elegance Interior). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Wasito, M. (2023). Toko Online Berbasis Web Dalam Mengenalkan Produk UMKM Pada Desa Suka Damai Kecamatan Kuala Kabupataen Langkat. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 2(2), 182-186.
- Wibisono, Y. P., & Wardhana, D. Y. (2020). Pembangunan dan Pelatihan Website Toko Online Untuk Mendukung PEmasaran dan Promosi UMKM Yogyakarta. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 3(3), 112-119.