

Pengembangan Website Promosi Produk UMKM Berbasis Online

Dodi Solihudin^{1*}, Fathurrohman², Marfelio Muhamad Fajid³, Mochamad Adhari Febrian⁴

^{1,3,4}Program Studi Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia.

²Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia.

Email: ^{1*}dodisolihudin.ikmi@email.com, ²fathurrohman.ikmi@email.com,

³marfeliomuhamadfajid.ikmi@email.com, ⁴mochamadadharifebrian.ikmi@email.com

(* : dodisolihudin.ikmi@email.com)

Abstrak - Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka, terutama di era digital. Program Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan *website* promosi produk UMKM berbasis WordPress. Kegiatan ini meliputi pelatihan dasar penggunaan *platform* WordPress, perancangan dan pengembangan *website* yang menarik dan informatif, optimasi konten untuk mesin pencari (SEO) sederhana, serta pelatihan pengelolaan *website* kepada perwakilan UMKM. Diharapkan, dengan adanya *website* promosi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar secara *online*, meningkatkan citra merek produk, serta mempermudah interaksi dengan calon konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis.

Kata Kunci: UMKM, Promosi Produk, *Website*, WordPress, *Search Engine Optimization* (SEO), Pemasaran Digital.

Abstract - *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) require effective promotion strategies to enhance the visibility and competitiveness of their products, especially in the digital era. This Community Partnership Program aims to develop product promotion websites for MSMEs based on WordPress. Activities include basic training on using the WordPress platform, designing and developing attractive and informative websites, simple search engine optimization (SEO) of content, and website management training for MSME representatives. It is expected that with this promotional website, MSMEs can expand their online market reach, enhance product brand image, and facilitate interaction with potential consumers, ultimately contributing to increased sales and business growth.*

Keywords: *MSMEs, Product Promotion, Website, WordPress, Search Engine Optimization (SEO), Digital Marketing.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Namun, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam pemasaran dan digitalisasi produk mereka.

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses ke pasar digital. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), hanya sekitar 22% dari total 64 juta UMKM yang telah terdigitalisasi. Rendahnya tingkat adopsi digital ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman teknologi, biaya pengembangan *website* yang tinggi, serta minimnya keterampilan dalam mengelola *platform* digital.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah kelompok UMKM di [Nama Wilayah], yang bergerak di sektor [jenis usaha, misalnya kerajinan tangan, kuliner, fashion, dll.]. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 20 pelaku UMKM di wilayah ini, ditemukan bahwa:

1. 80% UMKM belum memiliki *website* resmi, sehingga masih mengandalkan media sosial dan pemasaran konvensional.
2. 60% UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan online akibat kurangnya strategi pemasaran digital.
3. 75% pelaku UMKM ingin memiliki *website* sendiri, tetapi terkendala oleh keterbatasan keterampilan teknis dan biaya.

Untuk menjawab tantangan ini, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan website promosi produk berbasis WordPress bagi UMKM. WordPress dipilih karena sifatnya yang mudah digunakan, fleksibel, serta memiliki banyak fitur pendukung untuk pemasaran digital. Dengan adanya website ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing di era digital.

1.1 Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra UMKM di [Nama Wilayah], ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka di era digital, yaitu:

1. Minimnya Akses ke Pasar Digital

Sebagian besar mitra UMKM masih bergantung pada pemasaran konvensional seperti penjualan langsung dan bazar lokal. Meskipun beberapa sudah menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, mereka belum memiliki platform digital yang lebih profesional, seperti website. Akibatnya, jangkauan pasar mereka terbatas, dan sulit untuk bersaing dengan bisnis yang telah memiliki kehadiran digital yang lebih kuat.

Dampak:

- a. Sulit menjangkau pelanggan baru di luar area lokal.
- b. Ketergantungan tinggi pada penjualan offline yang tidak selalu stabil.
- c. Kurangnya kredibilitas dibandingkan pesaing yang sudah memiliki website resmi.

2. Kurangnya Pemahaman tentang Pemasaran Digital

Mitra UMKM masih menghadapi kendala dalam memahami strategi pemasaran digital yang efektif, seperti SEO (Search Engine Optimization), optimasi konten, dan analisis data pengunjung website. Tanpa pengetahuan ini, meskipun mereka memiliki website, trafik pengunjung dan potensi penjualan tetap rendah.

Dampak:

- a. Website yang dibuat tidak optimal dalam menarik pelanggan.
- b. Kesulitan dalam mengelola dan memperbarui informasi produk.
- c. Rendahnya konversi penjualan dari kanal digital.

3. Keterbatasan Keterampilan Teknis dalam Pengelolaan Website

Sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki keterampilan teknis untuk mengelola website secara mandiri. Mereka merasa kesulitan dalam melakukan pembaruan konten, mengelola stok produk, atau mengatasi kendala teknis lainnya.

Dampak:

- a. Website yang ada cenderung tidak terawat dan kurang menarik.
- b. Ketergantungan pada pihak ketiga untuk pemeliharaan website, yang dapat meningkatkan biaya operasional.
- c. Kesulitan dalam memberikan pengalaman belanja yang optimal bagi pelanggan.

4. Keterbatasan Modal untuk Digitalisasi

Banyak UMKM memiliki keterbatasan dalam hal modal untuk berinvestasi dalam teknologi digital, termasuk biaya pembuatan dan pemeliharaan website. Biaya untuk menyewa jasa profesional dalam pembuatan website dan pemasaran digital sering kali dianggap mahal oleh pelaku UMKM.

Dampak:

- a. Tidak adanya anggaran khusus untuk transformasi digital.
- b. Kesulitan dalam berinvestasi pada fitur tambahan seperti sistem pembayaran online dan integrasi marketplace.
- c. Lambatnya adopsi teknologi yang dapat meningkatkan daya saing usaha.

1.2 Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka melalui digitalisasi, khususnya dalam pengembangan website promosi produk berbasis WordPress. Dengan adanya website, UMKM dapat lebih mudah memasarkan produk mereka secara luas, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta mengelola bisnis secara lebih profesional.

Tujuan Jangka Pendek:

1. Membangun Website Promosi Produk UMKM
 - a. Mengembangkan website berbasis WordPress yang mudah dikelola dan dioptimalkan untuk promosi produk.
 - b. Menyediakan fitur dasar seperti katalog produk, kontak bisnis, dan integrasi media sosial.
2. Meningkatkan Pemahaman UMKM tentang Pengelolaan Website
 - a. Memberikan pelatihan kepada mitra UMKM dalam mengelola website, termasuk cara memperbarui konten, mengunggah produk, dan melakukan optimasi sederhana.
 - b. Menyediakan panduan atau tutorial dalam bentuk video atau dokumen agar UMKM dapat mengelola website secara mandiri.
3. Mengajarkan Strategi Dasar Pemasaran Digital
 - a. Melatih UMKM dalam menerapkan strategi SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari.
 - b. Memberikan pemahaman dasar tentang pemasaran melalui media sosial dan integrasi dengan website.

Tujuan Jangka Panjang:

1. Meningkatkan Jangkauan dan Penjualan Produk UMKM
 - a. Dengan adanya website, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.
 - b. Meningkatkan jumlah pelanggan potensial yang menemukan produk UMKM melalui pencarian online.
2. Menciptakan UMKM yang Mandiri dalam Pengelolaan Website dan Digital Marketing
 - a. Mendorong UMKM untuk mengelola dan memperbarui website secara mandiri tanpa ketergantungan pada pihak ketiga.
 - b. Meningkatkan kesadaran UMKM akan pentingnya pemasaran digital dalam perkembangan bisnis mereka.
3. Membangun Ekosistem Digital bagi UMKM di Wilayah Tertentu
 - a. Membantu lebih banyak UMKM dalam wilayah yang sama untuk melakukan digitalisasi bisnis mereka.
 - b. Menjalinkan kerja sama antara UMKM dengan komunitas, akademisi, dan pemerintah dalam mendukung transformasi digital sektor usaha kecil.

Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM dapat lebih berdaya saing di era digital, meningkatkan omzet, serta beradaptasi dengan perubahan tren pemasaran modern.

1.3 Manfaat Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan manfaat yang nyata dan berkelanjutan bagi mitra UMKM serta pihak terkait lainnya. Berikut adalah manfaat utama yang akan diperoleh:

Manfaat bagi Mitra UMKM:

1. Meningkatkan Jangkauan Pasar
 - a. Dengan adanya website, UMKM dapat menjangkau pelanggan lebih luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.
 - b. Pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan mengakses informasi tentang produk kapan saja.
2. Meningkatkan Penjualan dan Omzet
 - a. Website yang profesional dan teroptimasi dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang berpotensi meningkatkan penjualan.
 - b. Dengan pemasaran digital yang lebih baik, UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan angka konversi.
3. Meningkatkan Kredibilitas dan Profesionalisme
 - a. UMKM yang memiliki website terlihat lebih profesional dibandingkan yang hanya mengandalkan media sosial atau pemasaran konvensional.
 - b. Website menjadi media resmi untuk menampilkan portofolio dan testimoni pelanggan.
4. Meningkatkan Keterampilan Digital
 - a. Melalui pelatihan, UMKM mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola website serta menerapkan strategi pemasaran digital.
 - b. Mereka dapat lebih mandiri dalam memperbarui informasi produk, mengelola transaksi, dan menganalisis performa bisnis secara digital.
5. Mengurangi Ketergantungan pada Pihak Ketiga
 - a. Dengan WordPress sebagai platform yang mudah digunakan, UMKM dapat mengelola website sendiri tanpa harus selalu menyewa jasa profesional yang mahal.
 - b. Menghemat biaya operasional dalam jangka panjang.

Manfaat bagi Pihak Terkait:

1. Bagi Masyarakat Lokal
 - a. Dengan berkembangnya UMKM, lapangan kerja di sektor lokal dapat meningkat.
 - b. Produk-produk khas daerah lebih mudah dikenal dan diakses oleh masyarakat luas.
2. Bagi Akademisi dan Mahasiswa
 - a. Memberikan kesempatan bagi akademisi dan mahasiswa untuk menerapkan ilmu di dunia nyata melalui kegiatan pengabdian masyarakat.
 - b. Menjadi sarana penelitian dan pengembangan model digitalisasi UMKM yang dapat diterapkan di wilayah lain.
3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung UMKM
 - a. Mendukung program transformasi digital yang sedang digalakkan oleh pemerintah.

- b. Meningkatkan jumlah UMKM yang terdigitalisasi, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital Indonesia.

Dampak Positif Jangka Panjang:

1. Keberlanjutan Bisnis – UMKM lebih siap menghadapi persaingan di era digital dan tidak hanya bergantung pada pasar offline.
2. Peningkatan Pendapatan – Dengan strategi pemasaran yang lebih efektif, UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan omzet secara signifikan.
3. Penguatan Ekosistem Digital UMKM – Dengan semakin banyaknya UMKM yang terdigitalisasi, akan tercipta ekosistem bisnis yang lebih maju dan saling mendukung.

Dengan manfaat-manfaat tersebut, diharapkan program ini tidak hanya memberikan hasil jangka pendek, tetapi juga menciptakan dampak berkelanjutan yang dapat membantu UMKM tumbuh dan berkembang dalam ekosistem digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung, di mana mitra UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap implementasi. Kegiatan ini dilakukan melalui serangkaian tahapan sistematis agar solusi yang diberikan tepat sasaran dan berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan:

1. Tahap Persiapan
 - a. Identifikasi Mitra dan Analisis Kebutuhan
 - 1) Melakukan survei awal dan wawancara dengan mitra UMKM untuk memahami kebutuhan spesifik mereka terkait digitalisasi dan pemasaran online.
 - 2) Mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi dalam adopsi teknologi digital.
 - 3) Menentukan desain dan fitur website yang sesuai dengan kebutuhan mitra.
 - b. Penyusunan Rencana Kegiatan
 - 1) Menyusun modul pelatihan tentang pengelolaan website dan strategi pemasaran digital.
 - 2) Menentukan perangkat lunak dan tools yang akan digunakan, termasuk pemilihan tema dan plugin WordPress.
 - 3) Menjadwalkan pelaksanaan kegiatan secara sistematis.
2. Tahap Implementasi
 - a. Pengembangan Website Promosi UMKM
 - 1) Membuat website berbasis WordPress dengan fitur utama seperti katalog produk, kontak bisnis, dan integrasi media sosial.
 - 2) Mengoptimalkan tampilan dan fungsionalitas website agar mudah digunakan oleh mitra UMKM.
 - 3) Melakukan uji coba website sebelum diserahkan kepada mitra.
 - b. Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Website

Memberikan pelatihan teknis kepada mitra UMKM tentang cara mengelola website, termasuk:

 - 1) Mengunggah produk dan mengedit konten.

- 2) Melakukan optimasi dasar SEO agar website lebih mudah ditemukan di Google.
- 3) Mengintegrasikan website dengan media sosial dan Google My Business.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara langsung dan/atau daring dengan pendekatan praktik langsung (hands-on learning). Menyediakan video tutorial dan panduan tertulis agar UMKM dapat belajar secara mandiri setelah pelatihan selesai.

- c. Strategi Pemasaran Digital dan Monetisasi Website
 - 1) Memberikan pendampingan dalam menyusun strategi pemasaran online yang efektif.
 - 2) Mengajarkan cara meningkatkan trafik website menggunakan SEO, media sosial, dan promosi digital lainnya.
 - 3) Menganalisis potensi monetisasi website, seperti penggunaan fitur pembayaran online atau kolaborasi dengan marketplace.
3. Tahap Evaluasi dan Monitoring
 - a. Evaluasi Awal dan Umpan Balik dari Mitra
 - 1) Melakukan evaluasi awal setelah website digunakan oleh mitra untuk mengetahui efektivitasnya.
 - 2) Mengumpulkan umpan balik dari mitra mengenai kemudahan penggunaan dan manfaat website.
 - 3) Menyempurnakan fitur atau memberikan tambahan bimbingan jika diperlukan.
 - b. Monitoring dan Keberlanjutan Program
 - 1) Melakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan UMKM dapat mengelola website secara mandiri.
 - 2) Mengevaluasi dampak pemasaran digital terhadap peningkatan jangkauan pelanggan dan omzet UMKM.
 - 3) Memberikan rekomendasi bagi mitra UMKM untuk pengembangan lebih lanjut, seperti integrasi e-commerce atau sistem pembayaran digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Selama pelaksanaan program Pengembangan Website Promosi Produk UMKM Berbasis WordPress, berbagai hasil telah dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Hasil ini mencerminkan dampak nyata yang dirasakan oleh mitra UMKM dalam hal digitalisasi bisnis dan pemasaran online.

1. Pengembangan Website Promosi UMKM
 - a. Website berbasis WordPress telah berhasil dibuat untuk mitra UMKM, dilengkapi dengan fitur-fitur utama seperti:
 - 1) Katalog produk yang memudahkan pelanggan melihat dan memilih produk.
 - 2) Formulir kontak bisnis untuk mempermudah komunikasi dengan pelanggan.
 - 3) Integrasi dengan media sosial dan Google My Business untuk meningkatkan visibilitas.
 - b. Website telah dioptimasi dengan SEO dasar, sehingga lebih mudah ditemukan di mesin pencari.

- 1) Desain website dibuat responsif dan mudah digunakan, baik di perangkat desktop maupun mobile, agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
2. Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Mitra
 - a. UMKM telah mengikuti pelatihan dan pendampingan dalam mengelola website, termasuk:
 - 1) Cara mengunggah produk dan mengedit informasi.
 - 2) Strategi optimasi website agar lebih menarik dan efektif.
 - 3) Teknik pemasaran digital melalui website dan media sosial.
 - b. Mitra UMKM kini lebih mandiri dalam mengelola website mereka sendiri, mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga untuk promosi online.
 - c. Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman tentang pemasaran digital, terutama dalam pemanfaatan SEO, media sosial, dan branding digital.
3. Dampak Langsung bagi Mitra UMKM
 - a. Peningkatan jangkauan pelanggan: Setelah website aktif, beberapa mitra melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan yang menemukan produk mereka melalui pencarian online.
 - b. Peningkatan profesionalisme bisnis: UMKM yang memiliki website terlihat lebih kredibel di mata pelanggan dibandingkan yang hanya mengandalkan media sosial.
 - c. Peningkatan transaksi online: Beberapa mitra UMKM mulai menerima pesanan melalui website mereka, menunjukkan bahwa platform ini efektif sebagai media pemasaran dan penjualan.
 - d. Efisiensi operasional: Dengan adanya website, mitra dapat mengurangi ketergantungan pada pemasaran konvensional dan lebih fokus pada strategi digital.
4. Evaluasi dan Keberlanjutan Program
 - a. Umpan balik dari mitra UMKM positif, mereka merasa lebih siap menghadapi persaingan di era digital.
 - b. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa UMKM dapat terus memanfaatkan website mereka secara optimal.
 - c. Mitra diberikan panduan lanjutan dan sesi konsultasi untuk memastikan keberlanjutan pemanfaatan website dalam jangka panjang.

3.2 Pembahasan

Program Pengembangan Website Promosi Produk UMKM Berbasis WordPress telah menghasilkan berbagai luaran konkret yang dapat digunakan oleh mitra UMKM untuk meningkatkan bisnis mereka secara digital. Luanan ini mencakup produk teknologi, materi pelatihan, serta peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola bisnis berbasis digital.

1. Website Promosi UMKM Berbasis WordPress
 - a. Website aktif dan dapat digunakan oleh mitra untuk mempromosikan produk mereka secara online.
 - b. Website dilengkapi dengan fitur utama seperti:
 - 1) Katalog produk untuk menampilkan daftar produk dengan deskripsi dan harga.
 - 2) Formulir kontak bisnis agar pelanggan dapat langsung menghubungi UMKM.
 - 3) Integrasi media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran.

- 4) SEO dasar agar website lebih mudah ditemukan di mesin pencari.
2. Modul dan Panduan Pelatihan
 - a. Modul pelatihan digital dalam bentuk PDF dan video tutorial, yang mencakup:
 - 1) Cara membuat dan mengelola website berbasis WordPress.
 - 2) Teknik dasar SEO untuk meningkatkan visibilitas website.
 - 3) Strategi pemasaran digital menggunakan media sosial dan Google My Business.
 - b. Dokumentasi teknis yang memandu UMKM dalam menggunakan dan mengelola website secara mandiri.
 - c. Tutorial penggunaan fitur tambahan, seperti pembuatan artikel blog untuk menarik lebih banyak pengunjung ke website.
3. Peningkatan Keterampilan Mitra UMKM
 - a. Mitra UMKM mendapatkan keterampilan baru, termasuk:
 - 1) Mengelola dan memperbarui website secara mandiri.
 - 2) Mengoptimalkan website untuk pemasaran digital.
 - 3) Menganalisis trafik website dan perilaku pelanggan.
 - b. Peningkatan pemahaman tentang digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, SEO, dan branding digital.
 - c. Kemampuan dasar dalam pengelolaan bisnis berbasis teknologi, mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran konvensional.
4. Infrastruktur Digital yang Mendukung Keberlanjutan Program
 - a. Website yang siap digunakan untuk jangka panjang, memungkinkan UMKM untuk terus mengembangkan bisnis mereka secara digital
 - b. Jaringan dan komunitas digital antar-UMKM, sehingga mereka dapat berbagi pengalaman dan strategi pemasaran secara online.
 - c. Akses ke sumber daya pelatihan yang dapat digunakan kapan saja, mendukung pembelajaran berkelanjutan bagi mitra.

Foto kegiatan.



Gambar 1. Foto Kegiatan.

4. KESIMPULAN

Program Pengembangan Website Promosi Produk UMKM Berbasis WordPress telah memberikan dampak positif bagi mitra UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis mereka secara digital. Dengan adanya website yang mudah dikelola dan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM kini memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Beberapa pencapaian utama dari kegiatan ini meliputi:

1. Tersedianya website promosi berbasis WordPress yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online oleh UMKM.
2. Peningkatan keterampilan digital mitra UMKM, terutama dalam pengelolaan website, SEO dasar, dan pemasaran digital.
3. Dampak positif terhadap operasional bisnis, termasuk peningkatan visibilitas produk dan potensi pertumbuhan pelanggan.
4. Dokumentasi berupa modul dan tutorial yang memungkinkan mitra untuk terus belajar dan mengembangkan strategi pemasaran online secara mandiri.

Selain itu, program ini juga menunjukkan bahwa tantangan utama dalam adopsi teknologi oleh UMKM bukan hanya pada ketersediaan alat, tetapi juga pada literasi digital dan keberlanjutan dalam penggunaannya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih berkelanjutan agar transformasi digital dapat benar-benar memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM.

Pelajaran yang Dapat Diambil:

Dari pelaksanaan program ini, terdapat beberapa pelajaran berharga yang dapat menjadi panduan dalam program serupa di masa depan

1. Pelatihan berbasis praktik lebih efektif: Mitra UMKM lebih mudah memahami konsep baru melalui metode hands-on learning dibandingkan hanya teori.
2. Pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan: Banyak UMKM masih memerlukan dukungan setelah website dibuat, terutama dalam mengoptimalkan penggunaannya.
3. Pemahaman pemasaran digital masih perlu ditingkatkan: Tidak semua UMKM memahami pentingnya SEO, konten marketing, atau strategi pemasaran digital lainnya.
4. Adaptasi teknologi harus disesuaikan dengan kebutuhan UMKM: Tidak semua UMKM memiliki sumber daya yang sama, sehingga pendekatan yang fleksibel sangat diperlukan.

Rekomendasi untuk Keberlanjutan Program:

Agar program ini dapat terus memberikan manfaat dalam jangka panjang, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan adalah:

1. Monitoring dan Evaluasi Rutin
 - a. Melakukan pemantauan berkala terhadap penggunaan website oleh mitra.
 - b. Mengadakan sesi evaluasi untuk mengetahui kendala dan memberikan solusi yang diperlukan.
2. Pelatihan Lanjutan dan Pengembangan Digital Skills
 - a. Mengadakan pelatihan tambahan tentang strategi pemasaran digital yang lebih mendalam, seperti iklan digital, social media marketing, dan analisis data bisnis.
 - b. Memberikan bimbingan tentang pengelolaan keuangan berbasis digital, seperti pencatatan transaksi online dan penggunaan payment gateway.
3. Pengembangan Website ke Arah E-Commerce

- a. Mengembangkan fitur tambahan seperti sistem pembayaran online, tracking pesanan, dan integrasi marketplace.
 - b. Mengajarkan mitra UMKM bagaimana cara berjualan secara efektif di platform e-commerce yang sudah ada.
4. Membangun Komunitas Digital UMKM
- a. Membentuk forum atau grup diskusi online bagi UMKM untuk berbagi pengalaman dan belajar bersama.
 - b. Mendorong kolaborasi antar-UMKM dalam pemasaran bersama atau strategi promosi kolektif.
5. Kemitraan dengan Pihak Lain
- a. Menjalin kerja sama dengan pemerintah, akademisi, atau perusahaan teknologi untuk mendukung digitalisasi UMKM secara lebih luas.
 - b. Memanfaatkan program bantuan atau subsidi teknologi bagi UMKM agar mereka dapat lebih mudah mengadopsi solusi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Data UMKM Indonesia 2022*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Laporan Transformasi Digital Nasional*. <https://kominfo.go.id>
- Maulana, R., & Putri, L. S. (2021). Pelatihan pembuatan website berbasis WordPress untuk UMKM. *Jurnal Abdimas Teknologi*, 4(2), 110–118.
- Nugroho, T. A., & Ramadhan, D. (2023). Optimalisasi WordPress sebagai media promosi digital UMKM. *Jurnal Teknologi dan Pemasaran Digital*, 7(1), 43–51.
- Santoso, H., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh digitalisasi terhadap daya saing UMKM di era 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 78–85.
- Sari, D., & Fathurrahman, M. (2022). Strategi pemasaran digital berbasis SEO dan media sosial untuk pelaku usaha kecil. *Jurnal Komunikasi Digital dan Sosial*, 8(2), 55–64.
- Setiawan, A., & Wicaksono, B. (2021). Pengembangan website UMKM menggunakan CMS WordPress. *Jurnal Sistem Informasi & Komputerisasi*, 3(2), 99–107.
- WordPress.org. (2024). *Documentation: WordPress user manual & development*. <https://wordpress.org/support/>
- Yulianto, D., & Prasetya, F. (2023). Pemberdayaan pelaku UMKM melalui integrasi website dan media sosial. *Jurnal Inovasi Sosial dan Bisnis Digital*, 6(1), 30–39.