

Pemberdayaan Pelaku UMKM Desa Kedunglo melalui Pemanfaatan *Website* UMKM Desa sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat

Empowering MSME Operators in Kedunglo Village through the Use of the Village MSME Website as a Means to Boost the Local Economy

Rahmat Shofan Razaqi¹⁾, Siti Seituni, M. Mudriqullah²⁾, Mudzakir Abdullah Faqih³⁾,
Desta Nuril Zamzami⁴⁾, Basmala Ferdy P⁵⁾, Moh. Ariansyah⁶⁾, M. Marwan Karim⁷⁾,
Ibnu Dzaky Julian S⁸⁾, Ahmad Nur Mujahid R⁹⁾, Winda Putri Kusuma D¹⁰⁾
^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan PGRI Situbondo

¹Email: fanslaught@gmail.com

Received: August 05, 2026

Accepted: August 08, 2026

Published: August 11, 2026

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kedunglo, Kecamatan Asembagus, sebagian besar masih memasarkan produknya secara konvensional, yaitu hanya mengandalkan penjualan langsung di sekitar desa dan komunikasi melalui *WhatsApp*, sehingga produk belum dikenal luas oleh masyarakat di luar wilayah desa. Kondisi ini mendorong perlunya upaya digitalisasi pemasaran melalui pengembangan sebuah *website* UMKM desa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu promosi UMKM, meningkatkan pemasaran digital, memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat luas, serta membantu pemerintah desa memiliki media informasi UMKM yang terpusat. Kegiatan dilaksanakan pada hari Jumat, 24 Juli 2026 di Aula Balai Desa Kedunglo, diawali dengan tahapan observasi dan pendataan UMKM, pengambilan foto produk, pembuatan dan pengujian *website*, hingga sosialisasi dan pelatihan penggunaan *website* "UMKM Desa Kita" yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP. Sebanyak 12 UMKM berhasil didata dan didaftarkan, meliputi usaha rujak lontong, aneka gorengan, minuman, jasa bengkel, jasa sellep, warung sembako dan mebel. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *website* telah selesai dibangun, pelaku UMKM berhasil didaftarkan dan memahami cara menambahkan produk, serta pemerintah desa telah menerima dan mulai menggunakan *website* tersebut sebagai media informasi dan promosi UMKM Desa.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM, *Website* UMKM Desa, Pemasaran Online, Pengabdian Masyarakat.

Abstract: Most Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kedunglo Village, Asembagus District, still market their products conventionally, relying solely on direct sales within the village and communication via *WhatsApp*. Consequently, their products are not widely known outside the village. This situation has prompted the need for digital marketing efforts through the development of a village MSME Website. This community service activity aims to promote MSMEs, improve digital marketing, introduce local products to the wider community, and assist the village government in establishing a centralized MSME information platform. The activity, held on Friday, July 24, 2026, in the Kedunglo Village Hall, began with MSME observation and data collection, product

photography, Website creation and testing, and continued with outreach and training on the use of the "Our Village MSMEs" Website, built using the PHP programming language. A total of 12 MSMEs were successfully recorded and registered, including rujak lontong (rice cake salad), various fried foods, beverages, repair services, food service, grocery stores, and furniture. The results of the activity indicate that the Website has been completed, MSMEs have been successfully registered and understand how to add products, and the village government has accepted and begun using the Website as an information and promotional medium for village MSMEs.

Keywords: *MSME Digitalization, Village MSME Website, Online Marketing, Community Service.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian nasional yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku UMKM untuk melakukan transformasi digital sebagai upaya meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah pemanfaatan *website* sebagai media promosi dan penyedia informasi produk yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat. Penggunaan *website* dinilai mampu meningkatkan visibilitas produk, memperkuat identitas usaha, serta mendukung pemasaran digital yang lebih efektif dibandingkan pemasaran konvensional (Hardika, *et. al.*, 2024).

Meskipun demikian, penerapan digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan media promosi, serta pemasaran yang masih mengandalkan penjualan langsung dan aplikasi *WhatsApp*. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas sehingga potensi ekonomi desa belum berkembang secara optimal. Berbagai kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pengembangan *website* UMKM dapat meningkatkan akses informasi produk, memperluas pasar, dan memperkuat branding usaha lokal (Rahman, *et. al.*, 2024; Setiawan, *et. al.*, 2025).

Desa Kedunglo, Kecamatan Asembagus, Kabupaten Situbondo memiliki berbagai UMKM yang bergerak pada bidang kuliner, perdagangan, jasa, dan mebel.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM di desa tersebut belum memiliki media promosi digital yang terintegrasi. Produk hanya dipasarkan kepada masyarakat sekitar melalui penjualan langsung maupun komunikasi menggunakan *WhatsApp*, sehingga informasi produk sulit dijangkau oleh calon konsumen di luar wilayah desa. Hasil pendataan menunjukkan terdapat 12 pelaku UMKM dengan jenis usaha yang beragam, antara lain rujak lontong, aneka gorengan, minuman, bengkel, jasa sellep, warung sembako, dan mebel. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya inovasi berupa media promosi digital yang mampu mengintegrasikan informasi seluruh UMKM dalam satu platform.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian mengembangkan *Website* UMKM Desa Kedunglo sebagai media promosi digital sekaligus pusat informasi UMKM desa. Kegiatan ini tidak hanya mencakup pengembangan *website*, tetapi juga observasi, pendataan UMKM, dokumentasi produk, pelatihan penggunaan *website*, serta pendampingan pengelolaan data bagi pelaku UMKM dan pemerintah desa. Pendekatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM sehingga *website* dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai media promosi dan pemasaran produk.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah membantu pelaku UMKM Desa Kedunglo dalam memanfaatkan *website* sebagai media pemasaran digital, memperluas jangkauan promosi produk, menyediakan media informasi UMKM yang terpusat bagi pemerintah desa, serta mendukung peningkatan perekonomian masyarakat melalui optimalisasi teknologi informasi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini diikuti oleh 28 peserta yang terdiri atas Kepala Desa, Sekretaris Desa, perangkat desa, 12 pelaku UMKM, dosen pendamping, dosen pelaksana, serta mahasiswa peserta Program Bakti Pengabdian Mahasiswa di Desa (PBPMMD). Seluruh peserta mengikuti kegiatan sosialisasi, demonstrasi penggunaan *website*, praktik penginputan data produk, serta sesi diskusi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh Dosen Mitra, Bapak Rahmat Shofan Razaqi,

S.Sos., M.Kom., bersama mahasiswa STKIP PGRI Situbondo, bertempat di Desa Kedunglo dengan puncak kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada hari Jumat, 24 Juli 2026 di Aula Balai Desa Kedunglo.

Tahap observasi dan pendataan dilakukan dengan mengunjungi langsung lokasi usaha setiap pelaku UMKM di Desa Kedunglo untuk menggali informasi terkait profil usaha, jenis produk, serta pengambilan dokumentasi foto produk. Adapun tahap serah terima *website* kepada pemerintah desa direncanakan dilaksanakan pada kegiatan perpisahan tim pengabdian, sehingga belum terdokumentasikan dalam laporan ini. Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi langsung terhadap respons dan tingkat pemahaman peserta selama sesi sosialisasi dan pelatihan, serta melalui pengamatan terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam mempraktikkan langsung fitur-fitur dasar *website*, seperti login sebagai admin dan penambahan data produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi dan Pendataan UMKM

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi dan pendataan langsung ke lokasi usaha para pelaku UMKM di Desa Kedunglo. Tim pengabdian mengunjungi berbagai jenis usaha, mulai dari jasa bengkel motor, warung kelontong, warung sembako, jasa sellep, hingga usaha kuliner rumahan, guna menggali data profil usaha, jenis produk yang dijual, serta mengambil dokumentasi foto produk yang akan ditampilkan pada *website*.



Gambar 1. Observasi dan pendataan UMKM jasa bengkel motor "Kembar Motor" di Desa Kedunglo.



Gambar 2. Observasi dan pendataan UMKM warung/kios di Desa Kedunglo.



Gambar 3. Observasi dan pendataan UMKM warung sembako di Desa Kedunglo.



Gambar 4. Observasi dan pendataan UMKM jasa bengkel di Desa Kedunglo.

Melalui tahap observasi dan pendataan ini, tim pengabdian berhasil mendata sebanyak 12 UMKM dengan jenis produk yang beragam, meliputi rujak lontong, aneka macam gorengan, minuman, jasa bengkel, jasa sellep, warung sembako, dan mebel. Sebelum adanya *website*, seluruh pelaku usaha tersebut memasarkan produknya hanya di lingkup desa tanpa dukungan media sosial maupun media promosi digital lainnya.

Pengembangan *Website*

Website UMKM Desa Kedunglo yang diberi nama "UMKM Desa Kita" dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman PHP. *Website* ini dilengkapi

dengan berbagai fitur yang dirancang untuk memudahkan promosi dan pengelolaan data UMKM, di antaranya: a) Beranda; b) Profil Desa; c) Produk UMKM; d) Detail Produk; e) Kontak *WhatsApp*; f) Fitur Pencarian; g) Login Admin; h) *Dashboard*; i) CRUD Produk (tambah, ubah, hapus data produk); j) CRUD UMKM (tambah, ubah, hapus data UMKM); k) Upload Foto; dan l) Galeri.

Untuk memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai implementasi fitur-fitur tersebut, pada bagian berikut disajikan tampilan antarmuka (*interface*) *website* "UMKM Desa Kita" beserta penjelasan fungsi masing-masing halaman.

Tampilan dan Fitur *Website* UMKM Desa Kita

Website ini dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami (*user-friendly*) agar dapat diakses oleh masyarakat umum maupun pelaku UMKM yang memiliki latar belakang teknologi yang beragam. Kesederhanaan tampilan merupakan salah satu prinsip penting dalam pengembangan sistem informasi berbasis *website* bagi pengguna non-teknis, karena berkaitan langsung dengan tingkat penerimaan (*acceptance*) dan kemudahan penggunaan (*usability*) sistem oleh penggunanya, sebagaimana ditemukan pada kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM berbasis aplikasi digital di desa lain, di mana kemudahan penggunaan turut menentukan keberhasilan adopsi teknologi oleh pelaku usaha (Rohim, *et., al.*, 2022).



Gambar 5. Halaman beranda *Website* UMKM Desa Kita.

Halaman Beranda merupakan halaman pertama yang ditemui pengunjung ketika mengakses *website*. Halaman ini menampilkan ringkasan informasi UMKM Desa Kedunglo secara umum, termasuk navigasi menuju halaman Profil Desa, Produk UMKM, dan fitur pencarian. Keberadaan halaman beranda yang informatif

berperan penting dalam membentuk kesan pertama (*first impression*) pengunjung terhadap kredibilitas dan profesionalitas UMKM desa yang dipromosikan.



Gambar 6. Halaman profil Desa Kedunglo.

Halaman Profil Desa menyajikan informasi mengenai gambaran umum Desa Kedunglo, seperti letak geografis, potensi wilayah, serta struktur pemerintahan desa. Fitur ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas digital desa, tetapi juga memperkuat kepercayaan (*trust*) pengunjung terhadap keaslian dan legitimasi produk UMKM yang dipasarkan, karena calon pembeli dapat mengetahui konteks wilayah asal produk tersebut.



Gambar 7. Halaman produk UMKM dan detail produk.

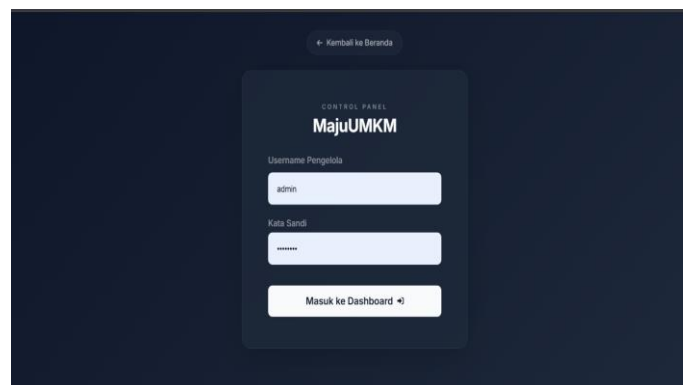
Halaman Produk UMKM menampilkan daftar seluruh produk yang telah didaftarkan oleh 12 pelaku UMKM, lengkap dengan foto dan nama usaha. Ketika salah satu produk dipilih, sistem akan menampilkan halaman Detail Produk yang memuat deskripsi, harga, serta informasi kontak pelaku UMKM terkait. Struktur navigasi dua tingkat ini, yaitu dari halaman daftar produk menuju halaman detail, memudahkan pengunjung menelusuri produk sesuai kebutuhan tanpa harus melalui

proses pencarian informasi secara manual sebagaimana yang selama ini dilakukan melalui percakapan *WhatsApp*.



Gambar 8. Fitur Pencarian produk dan kontak *WhatsApp* pada *Website*.

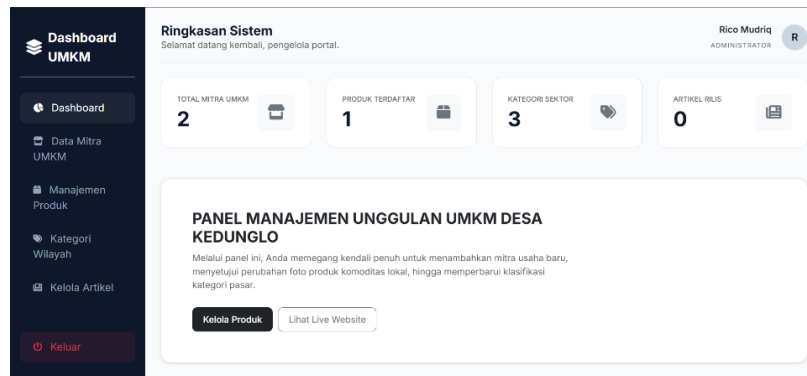
Fitur pencarian memungkinkan pengunjung menemukan produk tertentu secara cepat berdasarkan kata kunci, sehingga meningkatkan efisiensi waktu pencarian informasi dibandingkan dengan metode konvensional. Selain itu, fitur Kontak *WhatsApp* yang terintegrasi pada halaman produk mempertahankan kemudahan komunikasi langsung antara pembeli dan pelaku UMKM, sehingga transisi dari kebiasaan pemasaran berbasis *WhatsApp* menuju pemasaran berbasis *website* dapat berlangsung secara bertahap tanpa menghilangkan kanal komunikasi yang telah terbiasa digunakan oleh masyarakat desa.



Gambar 9. Halaman *Login Admin* dan *Dashboard Admin*.

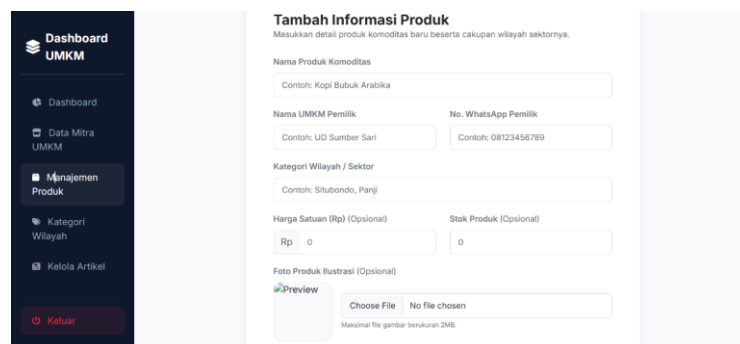
Untuk menjaga keamanan dan validitas data, pengelolaan konten *website* dilakukan melalui mekanisme autentikasi pada halaman *Login Admin*. Setelah berhasil masuk, admin diarahkan menuju halaman *Dashboard* yang menyajikan ringkasan data UMKM dan produk secara terpusat. Pemisahan hak akses antara

pengunjung umum dan admin merupakan praktik baku dalam pengembangan sistem informasi berbasis *website*, yang berfungsi mencegah perubahan data oleh pihak yang tidak berwenang serta menjaga akurasi informasi yang ditampilkan kepada publik.



Gambar 10. Fitur CRUD produk dan CRUD UMKM pada *Dashboard Admin*.

Melalui fitur CRUD (*Create, Read, Update, Delete*) Produk dan CRUD UMKM, admin maupun pelaku UMKM yang telah dilatih dapat menambahkan, memperbarui, atau menghapus data produk dan profil usaha secara mandiri tanpa memerlukan keterlibatan pengembang *website*. Kemandirian dalam pengelolaan data ini menjadi faktor penting bagi keberlanjutan (*sustainability*) *website*, karena data UMKM dapat terus diperbarui mengikuti perkembangan usaha tanpa bergantung pada pihak ketiga.



Gambar 11. Fitur *Upload* foto produk dan halaman galeri.

Fitur Upload Foto memungkinkan admin mengunggah dokumentasi visual produk secara langsung ke dalam sistem, yang selanjutnya ditampilkan pada halaman Galeri sebagai etalase digital produk-produk UMKM Desa Kedunglo. Dokumentasi visual yang representatif memiliki peran penting dalam pemasaran

digital, karena kualitas dan kejelasan foto produk secara langsung memengaruhi ketertarikan calon pembeli, sebagaimana kajian pemasaran digital pada umumnya menunjukkan bahwa elemen visual merupakan salah satu faktor utama yang membentuk persepsi kualitas produk secara daring.

Secara keseluruhan, kesebelas fitur tersebut saling terintegrasi membentuk satu ekosistem digital yang mendukung tiga fungsi utama, yaitu fungsi informasi (Beranda dan Profil Desa), fungsi etalase produk (Produk UMKM, Detail Produk, Fitur Pencarian, dan Galeri), serta fungsi pengelolaan data (Login Admin, Dashboard, CRUD Produk, CRUD UMKM, dan Upload Foto). Integrasi ketiga fungsi tersebut menjadikan *website* "UMKM Desa Kita" tidak sekadar berperan sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sistem informasi UMKM desa yang berkelanjutan.

Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan *Website*

Sosialisasi dan pelatihan penggunaan *website* dilaksanakan pada hari Jumat, 24 Juli 2026 bertempat di Aula Balai Desa Kedunglo. Kegiatan ini dibuka dengan sambutan dari Ketua LPPM STKIP PGRI Situbondo, Ibu Siti Seituni, S.Pd.I., M.Pd.I, selaku dosen pendamping, dilanjutkan dengan sambutan Kepala Desa Kedunglo, Bapak Dedyanto, S.H. Kegiatan turut dihadiri oleh Sekretaris Desa, perangkat desa, para kepala dusun, serta 12 pelaku UMKM yang telah didata sebelumnya.



Gambar 12. Sosialisasi dan pelatihan penggunaan *Website* UMKM Desa Kedunglo.

Dalam sesi sosialisasi, pemateri memaparkan tata cara penggunaan *website* "UMKM Desa Kita", mulai dari cara login sebagai admin, menambahkan data UMKM dan produk, mengunggah foto produk, hingga cara mencari dan

menampilkan produk pada halaman utama *website*. Peserta yang hadir tampak antusias mengikuti pelatihan dan aktif bertanya mengenai pengelolaan *website* ke depannya.



Gambar 13. Sesi foto bersama peserta sosialisasi *Website* UMKM Desa Kedunglo.

Peserta yang hadir dalam kegiatan sosialisasi ini terdiri atas dosen pendamping selaku Ketua LPPM STKIP PGRI Situbondo, dosen mitra selaku pemateri, Kepala Desa, Sekretaris Desa, perangkat desa, 12 orang pelaku UMKM, serta mahasiswa peserta Program Bakti Pengabdian Mahasiswa di Desa (PBPMD).

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan digitalisasi pemasaran UMKM Desa Kedunglo telah menghasilkan beberapa capaian, yaitu berhasil dibangunnya *website* UMKM Desa Kedunglo sebagai media informasi dan promosi produk lokal. Sebanyak 12 pelaku UMKM telah berhasil didaftarkan ke dalam *website*, serta mendapatkan dukungan dari Pemerintah Desa Kedunglo dalam pemanfaatan platform tersebut sebagai sarana pengembangan UMKM desa. Selain itu, pelaku UMKM telah mampu mengakses *website* dengan baik dan memahami proses penambahan informasi produk secara mandiri. Dengan adanya *website* ini, UMKM Desa Kedunglo mulai memiliki media pemasaran digital yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan promosi, meningkatkan visibilitas produk, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis teknologi informasi.

Manfaat dan Dampak Digitalisasi Pemasaran melalui *Website*

Ditinjau dari perspektif digitalisasi UMKM, kehadiran *website* "UMKM Desa Kita" membawa perubahan mendasar dalam pola pemasaran pelaku usaha di Desa Kedunglo, yaitu dari pemasaran konvensional yang terbatas pada lingkup wilayah

desa menuju pemasaran digital yang berpotensi menjangkau pasar dengan cakupan yang jauh lebih luas. Sebelumnya, promosi produk hanya mengandalkan komunikasi langsung dan aplikasi percakapan *WhatsApp* yang sifatnya personal dan terbatas pada jaringan kontak yang sudah dikenal. Melalui *website*, informasi produk dapat diakses secara terbuka oleh siapa pun dan kapan pun tanpa dibatasi oleh waktu maupun jarak, sehingga peluang produk UMKM desa untuk dikenal oleh masyarakat di luar wilayah desa menjadi lebih besar. Temuan ini sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian serupa di Desa Puntukdoro, yang menunjukkan bahwa pengembangan *website* UMKM desa mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kehadiran bisnis lokal secara daring (Purwanta, *et., al.*, 2025).

Dari sisi kemudahan akses informasi, keberadaan halaman Produk UMKM dan Detail Produk yang terstruktur memberikan kemudahan bagi calon pembeli untuk memperoleh informasi lengkap mengenai suatu produk tanpa harus melalui proses tanya-jawab berulang sebagaimana yang biasa terjadi melalui percakapan *WhatsApp*. Bagi pelaku UMKM, kondisi ini memberikan dampak positif berupa efisiensi waktu dalam melayani calon pembeli, karena sebagian informasi dasar produk telah tersedia secara mandiri pada *website*. Selain itu, dengan adanya fitur Dashboard serta CRUD Produk dan CRUD UMKM, pelaku usaha yang telah memahami penggunaannya memiliki kendali langsung terhadap informasi usahanya sendiri, sehingga secara bertahap dapat menumbuhkan kemandirian digital di kalangan UMKM desa. Hal ini memperkuat temuan bahwa pemanfaatan media digital oleh pelaku UMKM di tingkat desa berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi pemasaran dan pelayanan konsumen (Fitari, *et., al.*, 2025).

Bagi pemerintah desa, *website* ini berfungsi sebagai media informasi UMKM yang terpusat, sebagaimana menjadi salah satu tujuan awal kegiatan pengabdian ini. Dengan tersedianya data UMKM yang terhimpun dalam satu *platform*, pemerintah desa memiliki basis data yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, seperti pemetaan potensi ekonomi desa, penyusunan program pemberdayaan UMKM yang lebih tepat sasaran, maupun sebagai bahan pelaporan kepada pihak

terkait. Dukungan yang ditunjukkan oleh Kepala Desa beserta perangkat desa dalam kegiatan sosialisasi turut mengindikasikan adanya penerimaan yang baik terhadap inovasi digital ini pada tataran pemerintahan desa, sejalan dengan temuan bahwa keterlibatan aktif aparat desa merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program digitalisasi UMKM berbasis desa (Aushafina & Wikartika, 2023).

Upaya digitalisasi pemasaran melalui *website* ini sejalan dengan semangat “*UMKM Maju, UMKM Naik Kelas*” sebagaimana tercermin dalam judul kegiatan pengabdian, di mana pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Melalui *website* sebagai media promosi dan informasi, pelaku UMKM desa memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran, memperkenalkan produk secara lebih luas, serta membangun citra usaha yang lebih profesional. Adopsi media pemasaran digital secara bertahap dapat berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat desa, sejalan dengan konsep “Desa Berkembang” yang menempatkan UMKM sebagai salah satu penggerak utama ekonomi lokal melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi.

Namun, dalam pelaksanaan kegiatan masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperhatikan. Data UMKM yang diperoleh belum sepenuhnya lengkap, baik terkait profil usaha maupun informasi produk, sehingga diperlukan proses penyempurnaan data secara berkelanjutan. Selain itu, jaringan internet di lokasi kegiatan yang kurang stabil menjadi hambatan dalam proses pengelolaan *website*. Sebagian pelaku UMKM juga masih belum terbiasa menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran sehingga membutuhkan pendampingan lanjutan agar dapat memanfaatkan *website* secara optimal. Kendala lainnya adalah kualitas foto produk yang belum seragam dari segi pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan format dokumentasi, sehingga diperlukan standarisasi konten visual agar tampilan produk pada *website* menjadi lebih menarik dan informatif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan *website* UMKM Desa Kedunglo berhasil dilaksanakan melalui tahapan observasi, pendataan, pengembangan *website*, serta sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM dan perangkat desa. *Website* "UMKM Desa Kita" menjadi media digitalisasi pemasaran yang mendukung promosi 12 UMKM Desa Kedunglo, sehingga diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat secara lebih luas. Meskipun masih terdapat beberapa kendala, seperti kelengkapan data, stabilitas jaringan internet, dan kesiapan sebagian pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, *website* ini memiliki potensi untuk dikelola secara berkelanjutan oleh pemerintah desa melalui pembaruan data UMKM secara berkala dan perluasan partisipasi seluruh pelaku UMKM, sehingga dapat mendukung pengembangan pemasaran digital serta peningkatan perekonomian masyarakat desa sesuai dengan arah kebijakan digitalisasi UMKM nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Ketua LPPM STKIP PGRI Situbondo, Ibu Siti Seituni, S.Pd.I., M.Pd.I, atas dukungan dan pendampingan yang diberikan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Kedunglo, Bapak Dedyanto, S.H, beserta Sekretaris Desa dan seluruh perangkat desa, atas kerja sama dan dukungan fasilitas selama pelaksanaan kegiatan. Tidak lupa, ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM Desa Kedunglo yang telah berpartisipasi aktif, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477-483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>

- Fitari, T., Herlissha, N., & Bahri, A. (2025). *Digitalisasi UMKM: Pemanfaatan media digital pada UMKM desa. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(6), 100–104. <https://doi.org/10.62017/jpmi.v2i6.5626>
- Hardika, B. D., Suheryanto, S., Solikin, I., Majid, Y. A., Dwinovary, R. A. N., Pramudita, V. A., Yikwa, T., Ariansyah, D., Vega, A., Lestari, P. D., Hefringgo, R., Bimantara, F., Chantika, B., & Maulana, E. (2024). *Pembuatan Website Desa Sebagai Sarana Digitalisasi Informasi dan Promosi Potensi Desa. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(4). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i4.25074>
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. Pedoman Pengembangan Ekonomi Digital Desa. Jakarta: Kemendes PDTT.
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. Panduan Digitalisasi UMKM. Jakarta: Kemenkomdigi.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Statistik dan Kebijakan Pengembangan UMKM. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Purwanta, Qihaj, D. F., Auliarachim, H. N., & Mansurina, S. A. R. (2025). Digitalization of Web-Based Marketing of Puntukdoro Village MSMEs and Geotagging to Strengthen the Local Economy. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, 3(1), 148-159. <https://doi.org/10.22146/parikesit.v3i1.16499>
- Rahman, F., Samsudin, A. R., Islam, R., & Sunardi, S. (2024). Pengembangan Website UMKM Desa Teniga dengan Laravel dan Vue.js. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 4(12), 597-602. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.510>
- Rohim, R., Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi UMKM Melalui Pelatihan Google Maps dan Pemasaran Online. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 5(2), 14-29. DOI: <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.314>
- Setiawan, A., Hermanto, M. I., Pahlevi, M. R., Fauziah, R. D., & Azmi, S. N. (2025). Pembuatan Website Desa Lembang untuk Branding dan Promosi UMKM. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 2221–2230. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i3.14327>