

BIMBINGAN TEKNIS PEMBUATAN WEBSITE UNTUK UMKM DI KECAMATAN SINGOSARI DESA KLAMPOK KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR

Faishal Fadli^{*1)}, Putu Mahardika Adi Saputra²⁾

^{1,2}Economics and Business, Brawijaya University, Indonesia

*Corresponding email: faishalfadli@ub.ac.id

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran vital dalam ekonomi Indonesia, menciptakan lapangan kerja dan menyumbang pada pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, mereka menghadapi tantangan seperti kesulitan akses pasar, modal, manajemen SDM, dan persaingan tidak sehat. Pandemi COVID-19 menghadirkan penurunan aktivitas bisnis, tetapi UMKM menunjukkan adaptasi dengan beralih ke platform online. Untuk mengatasi dampak pandemi, strategi baru diperlukan, termasuk bantuan soft credit, kerjasama dengan perusahaan besar, dan pengembangan produk unggulan. UMKM di pedesaan juga memainkan peran penting dalam mengembangkan ekonomi lokal. Dalam era digital, website menjadi kunci kesuksesan UMKM. Namun, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam membangun website yang efektif karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Program bimbingan teknis dirancang untuk membantu UMKM dalam membangun website yang profesional, meningkatkan kemampuan mereka dalam pemasaran dan promosi online. Tujuan program ini juga termasuk mempromosikan penggunaan teknologi dan inovasi dalam pengembangan UMKM serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Diharapkan program ini akan berkontribusi pada pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Indonesia serta menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan berkelanjutan melalui kolaborasi lintas sektor.

Kata Kunci: UMKM, website, Digital Marketing

Abstract

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) play a vital role in the Indonesian economy, creating jobs and contributing to national economic growth. However, they face challenges such as difficulty accessing markets, capital, human resource management, and unfair competition. The COVID-19 pandemic has led to a decline in business activity, but MSMEs have adapted by shifting to online platforms. To overcome the impact of the pandemic, new strategies are needed, including soft credit assistance, cooperation with large companies, and the development of superior products. MSMEs in rural areas also play an important role in developing the local economy. In the digital age, websites are key to the success of MSMEs. However, many MSMEs find it difficult to build effective websites due to limited knowledge and resources. The technical assistance program is designed to help MSMEs build professional websites and improve their online marketing and promotion capabilities. The program also aims to promote the use of technology and innovation in MSME development and engage various stakeholders. It is hoped that this program will contribute to the growth and development of MSMEs in Indonesia and create an inclusive and sustainable business ecosystem through cross-sector collaboration.

Keywords: MSMEs, website, Digital Marketing

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya dalam sektor-sektor ekonomi yang berbeda seperti pertanian, peternakan, pengolahan, perdagangan, jasa, dan komunikasi, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja dan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2020, UMKM di Indonesia memiliki peran strategis besar dalam pengembangan ekonomi nasional, dengan 64,194,057 UMKM yang menganggur sekitar 116,978,631 pekerja (Tayibnapis et al., 2021).

Pengembangan UMKM di Indonesia telah berlangsung dengan cepat dan didukung oleh pemanfaatan optimal teknologi, informasi, dan fasilitas komunikasi. Namun, ada beberapa faktor yang menghambat perkembangan bisnis, termasuk kesulitan dalam mendapatkan peluang pasar dan memperluas pangsa pasar, kesulitan dalam mendapatkan modal, kurangnya pemahaman dalam bidang organisasi dan manajemen SDM, kurangnya kerjasama antar pengusaha, persaingan yang tidak sehat antar pengusaha, dan kurangnya integrasi dalam pelatihan dan konsultasi serta kurangnya kesadaran publik dan kepercayaan terhadap keberadaan usaha kecil (Tayibnapis et al., 2021).

Pandemi COVID-19 menjadi tantangan besar bagi UMKM, dengan penurunan yang signifikan dalam aktivitas bisnis mereka. Namun, UMKM juga menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dan bertahan dalam kondisi krisis ini. Mereka beralih menuju kerja online, memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Untuk mengatasi dampak pandemi, UMKM perlu mengembangkan strategi baru yang sesuai dengan kebijakan pemerintah tentang kehidupan baru atau New Normal, termasuk memanfaatkan bantuan soft credit (bunga subsidi), kerjasama dengan perusahaan besar, model plasma, dan pengembangan produk UMKM yang unggul (Tayibnapis et al., 2021).

UMKM juga memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi daerah dan komunitas pedesaan. Mereka menjadi pilihan utama komunitas pedesaan dalam meningkatkan ekonomi keluarga dan menjadi dasar ekonomi masyarakat. UMKM di pedesaan seperti Santosa Village, Bandung, telah berusaha untuk berkembang menjadi UMKM yang ekonomi independen, meskipun mereka tinggal di desa di mana pekerjaan rutin adalah penangkapan daun teh (Laksono et al., 2020).

Pentingnya UMKM dalam perekonomian Indonesia tidak hanya terbatas pada sektor-sektor ekonomi tertentu, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki jaringan yang luas di berbagai bagian negeri yang dapat menyelimuti dan mewujudkan potensi komunitas yang lebih luas, sehingga masyarakat dapat mendapatkan kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan (Laksono et al., 2020). Dengan demikian, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya dalam sektor-sektor ekonomi tertentu, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat kesejahteraan masyarakat. Untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM, diperlukan upaya bersama dari pemerintah, UMKM, dan masyarakat untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan ekonomi nasional (Tumangkar, 2017).

Dalam era digital saat ini, website menjadi kunci penting dalam mencapai keberhasilan dalam bisnis, terutama bagi UMKM yang beroperasi di pasar yang sangat kompetitif (Petek,

2007). Website yang profesional dapat membantu UMKM menonjol di antara pesaing, menarik konsumen, dan memperkuat posisi pasar mereka. Namun, pembuatan website yang efektif seringkali menjadi tantangan bagi banyak UMKM, terutama yang kurang memiliki pengalaman atau sumber daya untuk melakukannya sendiri. UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam ekonomi nasional, menyediakan produk dan jasa yang beragam dan memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kesulitan dalam menciptakan dan mempromosikan website yang profesional (Yuvaraj & Indumathi, 2018). Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya pengetahuan tentang prinsip-prinsip desain web, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya akses ke teknologi dan platform digital (Shabbir & Xiaodong, 2023).

Program ini dirancang untuk membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan tersebut dengan memberikan bimbingan teknis dalam pembuatan website. Bimbingan ini akan mencakup berbagai aspek, mulai dari pemahaman tentang pentingnya website, pengembangan konsep website, desain layout, hingga strategi promosi dan pemasaran online. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam menciptakan dan mempromosikan website yang profesional, yang pada akhirnya dapat membantu mereka mencapai keberhasilan dalam bisnis. Program ini juga bertujuan untuk mempromosikan penggunaan teknologi dan inovasi dalam pengembangan UMKM, serta meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan UMKM. Dengan demikian, program ini tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas produk atau jasa mereka, tetapi juga dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Untuk mencapai tujuan ini, program ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk UMKM, pengusaha, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya. Melalui kerjasama dan kolaborasi antara pihak-pihak ini, diharapkan program ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi kontribusi positif dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Indonesia, serta dalam menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dalam rangka pengabdian masyarakat, kami memiliki road map kegiatan yang terdiri dari tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah sosialisasi pentingnya website, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya website dalam dunia bisnis saat ini. Kami akan mengadakan seminar dan lokakarya yang melibatkan pakar industri untuk memberikan wawasan tentang strategi pembuatan website yang efektif.

Setelah masyarakat memiliki pemahaman dasar tentang website, tahap kedua kami adalah bimbingan teknis pembuatan website. Kami akan mengadakan pelatihan praktis dan hands-on bagi peserta untuk membuat website secara efektif. Peserta akan diberikan panduan langkah demi langkah tentang cara membuat website dengan platform Wix. Tahap terakhir dalam road map kegiatan kami adalah optimalisasi penggunaan website. Setelah peserta memahami dasar-dasar pembuatan website, kami akan memberikan bimbingan lanjutan tentang optimalisasi website sebagai bentuk pemasaran digital, termasuk SEO (Search Engine Optimization) dan penggunaan media sosial untuk promosi. Melalui road map kegiatan ini, kami berharap masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang website, memanfaatkan potensi website, dan secara efektif mengoptimalkan penggunaannya. Dengan demikian, mereka dapat memperluas jangkauan bisnis mereka, meningkatkan penjualan, dan mencapai kesuksesan yang lebih baik di era digital ini.

METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan kegiatan bimbingan teknis dilakukan dengan metode *participatory*, dimana di dalam kegiatan bimbingan teknis para narasumber/ tenaga ahli memberikan materi kepada peserta (UMKM) kemudian para peserta bimbingan teknis diajak terlibat secara langsung di dalam kegiatan, misalnya para peserta langsung praktik/latihan mengaplikasikan cara membuat website. Pada intinya di dalam setiap aktivitas kegiatan mendorong partisipasi aktif dari UMKM. Metode pelaksanaan program, adalah pembelajaran orang dewasa, dengan fokus pada: afektif, kognitif, dan psikomotorik; dilakukan melalui: ceramah, diskusi dan tanya jawab dan praktikum. Teknik pelaksanaannya adalah sebagai berikut: Pengarahan (ceramah) materi dasar umum, yang meliputi materi; a). Pentingnya Website; b). Aplikasi Pembuatan Website dengan Wix; c) Optimalisasi penggunaan Website.

Gambaran Umum Desa Klampok Kecamatan Singosari Kabupaten Malang

Desa Klampok merupakan salah satu desa agraris di Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, yang berada di lereng Gunung Arjuna. Secara geografis, desa ini terletak sekitar 3 km ke arah timur dari pusat Kecamatan Singosari dan sekitar 30 km barat laut Kota Malang, memiliki ketinggian sekitar 85 m di atas permukaan laut dan suhu rata-rata berkisar pada 25 °C.



Gambar 1. Peta wilayah kecamatan Singosari

Desa Klampok memiliki luas wilayah sekitar 1.000 hektar yang terbagi atas tiga dusun: Krajan, Kebonjati, dan Sumbul. Desa ini kaya akan potensi ekonomi berbasis pertanian, dengan sumber daya alam berupa lahan sawah seluas 162 ha dan lahan kering sebesar 1.279 ha. Mata pencaharian penduduk umumnya mencakup bertani (padi, jagung, tebu, umbi-umbian, kopi), buruh tani, peternakan (ayam, sapi perah, bebek), perikanan air tawar (lele, nila, gurami, tombro), perdagangan, jasa angkutan, pertukangan, hingga usaha industri ringan seperti pembuatan batu bata

Pesera UMKM dari Desa Klampok

Program sosialisasi DPP Pengabdian Departemen Ilmu Ekonomi FEB UB Tahun 2025 oleh Tim Faishal Fadli, SE., ME., PhD dan Prof. Putu Mahardika Adi Saputra, SE., M.S.i, M.A., Ph.D diadakan pada Selasa 24 Juni 2025 bertempat di balai desa Klampok Kecamatan Singosari

Kabupaten Malang dengan membawakan tema “Pembuatan Website UMKM Menggunakan Github Pages”. Acara dibuka oleh sambutan yang disampaikan oleh perwakilan Kepala Desa Klampok yang menyampaikan ucapan terima kasih atas kehadiran serta upaya Departemen Ilmu Ekonomi FEB UB dalam membantu UMKM untuk dapat menggunakan Github Pages sebagai platform promosi usaha UMKM masyarakatnya. Kegiatan ini dihadiri oleh perwakilan Ibu-ibu PKK serta Ibu-ibu UMKM Desa Klampok.

1. Produk Olahan Telur

Berdasarkan data dua pelaku UMKM sektor makanan dan pertanian di Desa Klampok, diperoleh temuan bahwa hanya 1 UMKM yang telah memiliki legalitas formal (NIB dan Halal MUI), sementara sisanya belum. Dua UMKM ini telah mengikuti pelatihan usaha serta mengadopsi digital marketing melalui media sosial sebagai sarana promosi. Modal awal usaha berkisar antara Rp11 juta hingga Rp35 juta, dengan omzet bulanan antara Rp5 juta hingga Rp50 juta. Variasi ini mencerminkan perbedaan skala operasional dan kapasitas usaha masing-masing pelaku. Meskipun memiliki fondasi yang cukup baik dalam hal pelatihan dan digitalisasi, kebutuhan utama yang diidentifikasi adalah akses permodalan dan dukungan pemasaran. Keduanya menyatakan kesiapan untuk mengikuti program pengembangan UMKM dari pemerintah, yang menunjukkan potensi untuk intervensi lanjutan dalam peningkatan daya saing.



Gambar 2. Telur Ndoqu Olahan Masyarakat Desa Klampok

2. Produk Herbal dan Minuman Tradisional

Dari dua pelaku UMKM yang diamati di sektor makanan, minuman, dan kerajinan di Desa Klampok, ditemukan bahwa belum ada satupun yang memiliki legalitas formal. Namun demikian, satu UMKM telah mengikuti pelatihan usaha dan mulai menerapkan strategi digital marketing melalui media sosial dan marketplace sebagai saluran pemasaran. Dari sisi finansial, omzet kedua usaha tergolong rendah, yakni di bawah Rp5 juta per bulan. Bahkan, satu di antaranya melaporkan omzet kurang dari Rp200 ribu, yang menunjukkan keterbatasan dalam skala usaha dan kapasitas produksi. Adapun kebutuhan utama yang diidentifikasi mencakup: modal usaha, pelatihan, alat produksi, sertifikasi produk, dan dukungan pemasaran. Seluruh responden menyatakan kesediaannya untuk mengikuti program pengembangan UMKM dari pemerintah atau lembaga pendukung, yang mengindikasikan adanya potensi peningkatan kapasitas usaha melalui intervensi kebijakan yang tepat, terarah, dan berkelanjutan.



Gambar 3. Susu Kedelai produksi Masyarakat Desa Klampok

3. Produk Kue dan Makanan Ringan

Dua pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman di Desa Klampok menunjukkan kesiapan kelembagaan yang relatif baik. Seluruh UMKM telah memiliki legalitas formal seperti NIB dan sertifikasi PIRT atau BPOM, serta telah mengikuti berbagai bentuk pelatihan usaha. Kedua pelaku usaha juga telah mengadopsi strategi digital marketing, baik melalui media sosial maupun jaringan reseller, sebagai bagian dari sistem distribusi produk. Hal ini mencerminkan kapasitas adaptif yang cukup baik terhadap tuntutan pasar digital saat ini. Dari sisi finansial, satu usaha memiliki omzet Rp5-10 juta per bulan dengan modal awal Rp5 juta, sedangkan usaha lainnya memiliki omzet di bawah Rp5 juta. Variasi ini berkorelasi dengan perbedaan dalam skala produksi (harian vs. mingguan) serta pendekatan pemasaran yang digunakan. Kebutuhan utama yang diidentifikasi mencakup akses terhadap modal usaha, pelatihan lanjutan, sertifikasi produk, serta alat produksi yang lebih memadai. Kedua UMKM menyatakan kesediaannya untuk mengikuti program pengembangan dari pemerintah, sebagai bentuk komitmen untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha secara berkelanjutan.



Gambar 4. Jajanan Pasar dan Keripik Pisang

4. Tanaman dan Hiasan

UMKM di sektor tanaman hias di Desa Klampok menunjukkan potensi yang belum sepenuhnya tergarap. Pelaku usaha telah menjalankan aktivitas sejak tahun 2018, namun hingga kini masih beroperasi secara konvensional tanpa dukungan legalitas formal maupun pelatihan usaha. Omzet bulanan tercatat berada di bawah Rp5 juta, dengan skala produksi mingguan dan sistem distribusi yang masih bergantung pada pedagang keliling. Belum terdapat pemanfaatan strategi digital marketing maupun diversifikasi saluran pemasaran lainnya. Kebutuhan utama yang diidentifikasi adalah

dukungan dalam aspek pemasaran, khususnya agar pelaku usaha dapat menjangkau konsumen secara langsung tanpa ketergantungan pada perantara. Meskipun terdapat keterbatasan dalam legalitas dan kapasitas teknis, pelaku usaha menyatakan kesediaan untuk mengikuti program pengembangan UMKM dari pemerintah, yang menunjukkan adanya peluang besar untuk peningkatan kapasitas melalui program pembinaan yang tepat sasaran.



Gambar 5. Bibit Tanaman Hias

5. Toko Retail dan Sembako

UMKM di sektor jasa dan perdagangan eceran (retail) di Desa Klampok yang berdiri sejak tahun 2015 menunjukkan keberlangsungan usaha yang stabil, namun menghadapi sejumlah tantangan dalam aspek kelembagaan dan kapasitas usaha. Meskipun berbentuk badan usaha CV, pelaku belum memiliki legalitas usaha formal dan juga belum pernah mengikuti pelatihan apapun. Omzet bulanan tercatat berada di bawah Rp5 juta, dengan saluran pemasaran yang masih mengandalkan toko fisik dan belum mengoptimalkan platform digital. Adapun kebutuhan utama yang diidentifikasi mencakup akses terhadap modal usaha, penguatan strategi pemasaran, serta pelatihan teknis dan manajerial. Pelaku usaha juga menyatakan kesediaan untuk mengikuti program pengembangan UMKM dari pemerintah, yang menunjukkan adanya peluang intervensi kebijakan guna memperkuat keberlanjutan dan pertumbuhan usaha ke depannya.



Gambar 6. Bouquet Uang souvenir

6. Energi dan Bahan Bakar

UMKM yang bergerak di bidang perdagangan eceran bahan bakar (pom mini) di Desa Klampok menunjukkan profil usaha yang relatif mapan dibandingkan pelaku lainnya. Usaha ini telah mempekerjakan empat orang tenaga kerja, dengan omzet bulanan berkisar antara Rp10 juta hingga Rp50 juta, serta modal awal sebesar Rp23 juta yang diperoleh melalui pinjaman bank. Pelaku usaha telah memiliki legalitas formal berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), dan telah mengikuti pelatihan digital marketing. Distribusi produk dilakukan melalui toko fisik, dengan skala produksi harian dan wilayah pemasaran lokal. Kebutuhan utama yang disampaikan oleh pelaku usaha adalah tambahan modal usaha untuk ekspansi. Dengan kesiapan administratif dan operasional yang cukup baik, serta kesediaan mengikuti program pengembangan UMKM dari pemerintah, pelaku ini memiliki potensi tinggi untuk peningkatan skala usaha melalui intervensi dukungan pembiayaan dan penguatan manajerial.

7. Elektronik dan Peralatan

UMKM yang bergerak di sektor pertanian atau perkebunan di Desa Klampok, dengan produk utama berupa lampu, menunjukkan profil usaha yang minim informasi. Meskipun telah mempekerjakan tiga tenaga kerja dan menjalankan produksi harian, usaha ini belum memiliki catatan terkait omzet, modal awal, legalitas usaha, maupun pelatihan yang pernah diikuti. Informasi mengenai saluran pemasaran dan kebutuhan pengembangan juga tidak tersedia dalam data. Minimnya informasi tersebut mengindikasikan perlunya intervensi awal, berupa pendataan menyeluruh, pendampingan administratif, dan asesmen kebutuhan aktual. Langkah ini penting untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan usaha secara komprehensif sebelum diarahkan ke program pengembangan lanjutan.

8. Fashion dan Jasa

Pelaku UMKM di sektor kerajinan dan jasa di Desa Klampok telah menjalankan usahanya sejak tahun 2018. Namun demikian, usaha ini masih belum tercatat memiliki legalitas formal, informasi omzet, maupun data terkait kegiatan produksi dan pemasaran. Sumber modal yang digunakan berasal dari pendanaan pribadi, dan belum terdapat bukti partisipasi dalam pelatihan atau adopsi strategi pemasaran digital. Satu-satunya kebutuhan yang diidentifikasi adalah tambahan modal usaha, sementara informasi lainnya masih belum terdokumentasi. Kondisi ini mencerminkan perlunya intervensi awal berupa asesmen kapasitas dan pendataan menyeluruh, agar potensi usaha dapat diidentifikasi secara akurat sebelum diarahkan ke skema pengembangan yang tepat.



Gambar 7. Pakaian Anak

Laporan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) melalui program DPP Pengabdian kepada Masyarakat 2025, Departemen Ilmu Ekonomi, melaksanakan kegiatan bertajuk "Bimbingan Teknis Pembuatan Website untuk UMKM di Kecamatan Singosari, Desa Klampok, Kabupaten Malang". Kegiatan ini dilaksanakan pada Selasa, 24 Juni 2025, bertempat di Balai Desa Klampok, dan diikuti oleh puluhan pelaku UMKM lokal, ibu-ibu PKK, serta perwakilan perangkat desa. Tim pelaksana kegiatan ini diketuai oleh Prof. Putu Mahardika Adi Saputra, S.E., M.Si., M.A., Ph.D., dengan anggota Dr. Faishal Fadli, S.E., M.E., Ph.D., dan Hisyam Abiyya Ahmad.

Desa Klampok dikenal sebagai wilayah dengan potensi ekonomi yang besar, khususnya dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Produk lokal yang dihasilkan antara lain olahan telur, minuman herbal, jajanan pasar, kerajinan, dan tanaman hias. Namun, sebagian besar UMKM di desa ini masih beroperasi secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Banyak UMKM yang belum memiliki legalitas formal seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), serta belum mengikuti pelatihan terkait pemasaran digital, sehingga membatasi kemampuan mereka dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.



Gambar 8. Foto Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya digitalisasi usaha melalui website, membekali peserta dengan keterampilan teknis pembuatan dan pengelolaan website, serta mendorong mereka memanfaatkan strategi pemasaran digital dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Pendekatan yang digunakan adalah participatory learning, sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga langsung mempraktikkan pembuatan website menggunakan platform Wix dan Github Pages. Materi pelatihan mencakup sosialisasi pentingnya website bagi UMKM, bimbingan teknis pembuatan website, serta optimalisasi website dan strategi digital marketing.

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta. Pelaku UMKM dari berbagai sektor, termasuk pembuat telur asin, pengrajin tanaman hias, dan pedagang kue kering, secara aktif mengikuti setiap sesi praktik. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka kini mampu mengunggah foto produk, menulis deskripsi, dan mulai memasarkan produk secara digital, membuka peluang untuk memperluas pasar tidak hanya di wilayah lokal tetapi juga ke luar daerah. Selain pelatihan teknis, tim FEB UB melakukan identifikasi masalah yang dihadapi UMKM di Desa Klampok. Beberapa kendala utama yang ditemukan antara lain keterbatasan akses modal, belum adanya sertifikasi produk, kurangnya pelatihan lanjutan terkait digitalisasi, dan keterbatasan sarana dan prasarana produksi. Untuk memastikan dampak kegiatan lebih berkelanjutan, tim pengabdian menyiapkan modul pembelajaran digital, pendampingan lanjutan, serta target luaran berupa publikasi ilmiah, pendaftaran hak kekayaan intelektual (HAKI), dan seminar nasional.

Kegiatan ini menegaskan komitmen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dalam mendorong transformasi digital UMKM dan pemberdayaan masyarakat. Melalui kolaborasi antara akademisi dan pelaku UMKM, program pengabdian ini diharapkan menjadi katalis bagi perubahan nyata di tingkat akar rumput, meningkatkan kemampuan UMKM Desa Klampok untuk bersaing dan naik kelas di era digital.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat Departemen Ilmu Ekonomi FEB Universitas Brawijaya tahun 2025 dengan tema “*Bimbingan Teknis Pembuatan Website untuk UMKM di Kecamatan Singosari, Desa Klampok*” telah terlaksana dengan baik dan mendapat antusiasme tinggi dari para pelaku UMKM. Berdasarkan keseluruhan rangkaian kegiatan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. UMKM Desa Klampok memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama di sektor olahan pangan, minuman herbal, kerajinan, tanaman hias, retail, dan jasa. Namun, sebagian besar UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dan masih beroperasi secara konvensional.
2. Mayoritas UMKM belum memiliki legalitas formal, pelatihan usaha, maupun strategi pemasaran digital. Kondisi ini menjadi salah satu faktor penghambat bagi perluasan pasar dan peningkatan daya saing usaha.
3. Program bimbingan teknis berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, khususnya terkait:
 - o pentingnya website sebagai media pemasaran,
 - o pembuatan website menggunakan Wix dan GitHub Pages,
 - o optimalisasi website sebagai sarana pemasaran digital, termasuk SEO dan integrasi media sosial.
4. Metode participatory learning sangat efektif karena memungkinkan peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga langsung praktik membuat website. Hasilnya, sebagian peserta telah mampu mengunggah foto produk, menulis deskripsi, dan mulai memanfaatkan website untuk promosi usaha.
5. Identifikasi kebutuhan UMKM menunjukkan adanya tantangan yang beragam, seperti keterbatasan modal, belum adanya sertifikasi produk, minimnya akses pelatihan lanjutan, serta keterbatasan sarana produksi. Hal ini menunjukkan perlunya pendampingan berkelanjutan dan intervensi kebijakan yang terarah.
6. Kegiatan ini telah menjadi katalis awal transformasi digital bagi UMKM Desa Klampok, serta memperkuat kolaborasi antara akademisi, pemerintah desa, dan pelaku UMKM dalam mendorong peningkatan daya saing ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif berupa peningkatan kapasitas digital UMKM dan membuka peluang bagi pengembangan usaha berbasis teknologi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Laksono, F. A. T., Santoso, P. B., & Permanajati, I. (2020). Peningkatan Nilai Tambah Curug Bandung, Desa Sumingkir, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga Sebagai Destinasi Geowisata Baru. *Dinamika Journal : Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 33--40. <https://doi.org/10.20884/1.dj.2020.2.1.933>
- Petek, N. (2007). *Brand Experts' View*. 11(1), 61--78.
- Shabbir, B., & Xiaodong, Q. (2023). Construction of Website through Brand Image: An Empirical Study of Digital Marketing Intelligence, E-Consumer Behavior and Brand Trust. *Researchgate.Net*, February. <https://doi.org/10.48150/jbssrv4no2.2023.a2>
- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2021). Medium, Small and Medium

- Enterprises and Digital Platforms. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 10(2), 10--19. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2021/v10i230258>
- Tumangkar, T. (2017). Economic Democracy on Micro Small and Medium Enterprises (Umkm) Regulation in Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 14(4), 17--24.
- Yuvraj, S., & Indumathi, R. (2018). Influence of digital marketing on brand building. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(7), 235--243. <https://doi.org/10.55041/ijserem12755>