



Pemberdayaan Teknologi Tepat Guna Melalui Pelatihan Pembuatan Website Untuk UMKM Peyek Bayam Yusr di Desa Rajabasa Lama I, Lampung Timur

Empowerment of Appropriate Technology Through Website Creation Training for Peyek Bayam Yusr MSMEs in Rajabasa Lama I Village, East Lampung

Mutia Anjani

Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, Jl. Dahlia, Labuhan Dalam, Kec. Tj. Senang, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141

Korespondensi: mutiaanjani410@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: Juli 28, 2025;

Revisi: Agustus 25, 2025;

Diterima: Agustus 27, 2025;

Terbit: Agustus 27, 2025

Keywords: appropriate technology, community empowerment, digital marketing, MSMEs, website

Abstract: This community service activity was carried out to increase the digital capacity and expand the market reach of the Peyek Bayam Yusr MSME located in Rajabasa Lama I Village, East Lampung, through the application of appropriate technology in the form of website creation and management training. In the rapidly developing digital era, the presence of online media is a key factor in supporting product marketing, but most MSMEs in this region do not yet have the skills or knowledge to utilize it optimally. This activity was designed in several stages: identifying needs, socialization, technical training, mentoring, and evaluation. The training included creating an account on a free platform, selecting a template, filling in product content, and managing supporting features such as photo galleries, contact information, and integration with social media. This approach was carried out directly by students so that MSME owners could follow each process. The results showed that after the training, all participants were able to create a simple website and began using it for promotions. Identified direct impacts included increased product visibility in online media, increased orders, and demand from outside areas that were previously difficult to reach. In addition, this activity also encouraged a shift in marketing patterns from conventional methods to technology-based strategies. The analysis of the results indicates consistency with various previous studies, such as Santoso (2020) and Ginting et al. (2021), which emphasize the importance of MSME digitalization to increase competitiveness. This process has had a significant positive impact on MSMEs. This program is recommended for other MSMEs, as it is hoped that this program will have a positive impact in line with market needs. This process is accompanied by direct mentoring so that the achieved results can be maintained and developed

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas digital dan memperluas jangkauan pasar UMKM Peyek Bayam Yusr yang berlokasi di Desa Rajabasa Lama I, Lampung Timur, melalui penerapan teknologi tepat guna berupa pelatihan pembuatan dan pengelolaan website. Dalam era digital yang berkembang pesat, kehadiran media daring menjadi faktor kunci dalam mendukung pemasaran produk, namun sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini belum memiliki keterampilan maupun pengetahuan memadai untuk memanfaatkannya secara optimal. Kegiatan ini dirancang dalam beberapa tahap: identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan, serta evaluasi. Pelatihan mencakup pembuatan akun pada platform gratis, pemilihan template, pengisian konten produk, dan pengelolaan fitur pendukung seperti galeri foto, informasi kontak, serta integrasi dengan media sosial. Pendekatan ini dilakukan secara langsung oleh mahasiswa agar pemilik umkm dapat mengikuti setiap proses proses nya. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setelah pelatihan, seluruh peserta mampu membuat website sederhana dan mulai memanfaatkannya untuk promosi. Dampak langsung yang teridentifikasi antara lain peningkatan visibilitas produk di media daring, peningkatan pesanan, serta adanya permintaan dari luar wilayah yang sebelumnya sulit

dijangkau. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pemasaran dari metode konvensional ke strategi berbasis teknologi. Analisis hasil menunjukkan kesesuaian temuan dengan berbagai penelitian terdahulu, seperti Santoso (2020) dan Ginting et al. (2021), yang menekankan pentingnya digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing. Proses ini sangat berdampak baik bagi pelaku umkm. Program ini direkomendasikan pada UMKM lainnya dengan ada nya ini semoga berdampak sangat baik sesuai dengan kebutuhan pasar, proses ini disertai dengan pendampingan secara langsung agar hasil yang dicapai dapat dipertahankan dan dikembangkan.

Kata kunci: pemasaran digital, pemberdayaan Masyarakat, teknologi tepat guna, UMKM, website

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, termasuk menyerap tenaga kerja dan berkontribusi terhadap PDB (Republik Indonesia, 2008). Namun, UMKM tradisional sering menghadapi keterbatasan dalam akses teknologi dan pemasaran digital. Santoso (2020) menegaskan pentingnya digitalisasi sebagai strategi untuk memperluas pasar, sementara Ginting et al. (2021) menyoroti literasi digital sebagai kompetensi fundamental.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan digital melalui pelatihan dan literasi dapat mendorong UMKM untuk lebih adaptif dan kompetitif. Rinaldi et al. (2022) menemukan bahwa pelatihan digital meningkatkan kemampuan pengelolaan media sosial dan branding. Handayani (2022) dan Winarsih et al. (2022) menekankan literasi digital sebagai kunci efisiensi operasional dan inovasi produk di UMKM pedesaan. Rahmawati et al. (2022) memperkuat temuan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat meningkatkan daya jual produk dan keuangan UMKM selama pandemi. Firmansyah et al. (2024) menambahkan bahwa praktik penjualan melalui marketplace dapat diperluas melalui pelatihan digital yang terstruktur.

Namun, masih terdapat tantangan signifikan: hanya sekitar 20,5 juta dari 65 juta UMKM yang sudah terintegrasi digital (Tempo.co, 2023). Meski demikian, literasi digital terbukti mampu meningkatkan nilai jual produk (Oebaidillah, 2024), memperkuat inklusi ekonomi, terutama bagi UMKM perempuan (Media Keuangan, 2023), dan memainkan peran vital dalam menghadapi era AI dan e-commerce (Kontan, 2025). Kompasiana (2025) menyoroti bahwa pelatihan digital tersegmentasi menjadi strategi penting bagi UMKM untuk naik kelas di era ekonomi digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan secara langsung kepada pemilik umkm peyek bayam yusr, dengan menggunakan beberapa cara yaitu:

1. Melakukan Sosialisasi dan wawancara
2. Mahasiswa membuat penyusunan wawancara
3. Membuat Website Peyek bayam yusr,

4. Mengawasi bagaimana cara mengelola web
5. Melakukan peninjauan mengenai hasil web tersebut.

Tahap ini bertujuan untuk memahami bagaimana cara yang baik dalam menggunakan website dan mengatasi bagaimana masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, terkait bagaimana cara pemasaran produk secara digital. Tahap pembuatan web dilakukan berdasarkan hasil wawancara, merujuk pada model pelatihan yang efektif seperti diuraikan Hamdan Mubarak et al. (2023). Pelaksanaan pelatihan menggunakan website ini secara langsung melalui tatap muka.



Gambar 1. Sosialisasi dan wawancara kepada pelaku UMKM di Desa Rajabasa Lama I.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan menghasilkan peningkatan signifikan pada keterampilan digital peserta. Website yang dibuat berisi informasi produk, harga, kontak, serta foto.

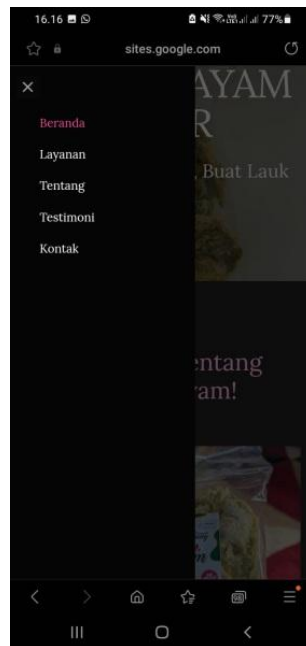
Metode partisipatif yang digunakan dalam pelatihan terbukti efektif, sesuai dengan temuan Hamdan Mubarak et al. (2023) bahwa kolaborasi antarplatform digital meningkatkan eksposur produk.

Dari perspektif manajemen informasi, penggunaan website sebagai media utama promosi juga sejalan dengan hasil penelitian Alamin et al. (2022) yang menunjukkan bahwa teknologi informasi mempercepat distribusi materi pemasaran. Lebih jauh, pemanfaatan website untuk edukasi konsumen terkait produk lokal mendukung temuan Ashadiqi et al. (2020).

Kami berharap kegiatan pengelolaan pembuatan website ini dapat berdampak secara terus menerus. Pendampingan lanjutan yang diberikan pada UMKM ini selaras dengan rekomendasi Ningratri et al. (2024) yang menekankan pentingnya bantuan digital berkelanjutan.

Arah pengembangan ke depan adalah integrasi website dengan marketplace, sebagaimana direkomendasikan oleh Septiani et al. (2024), untuk memaksimalkan potensi penjualan dan akses pasar.

Dengan demikian, program ini bukan hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan motivasi pelaku UMKM untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi.



Gambar 2. Tampilan beranda website Peyek Bayam Yusr.



Gambar 3. Menu utama dan informasi kontak pada website.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Rajabasa Lama I, Lampung Timur, telah berhasil mewujudkan tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM melalui pelatihan pembuatan website. Peningkatan keterampilan ini berdampak langsung pada perluasan jangkauan pasar, peningkatan pesanan, serta perubahan strategi pemasaran dari metode konvensional ke pendekatan berbasis teknologi.

Selain manfaat jangka pendek, program ini memberikan fondasi literasi digital yang kuat bagi pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Website yang telah dibuat berfungsi sebagai media promosi utama yang dapat diperbarui secara mandiri oleh pelaku usaha, sehingga keberlanjutan program dapat terjaga.

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah perlunya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan pemeliharaan dan pengembangan konten website, integrasi dengan marketplace, serta pelatihan tambahan terkait strategi pemasaran digital lanjutan. Selain itu, program serupa perlu direplikasi pada UMKM lain dengan adaptasi sesuai kebutuhan dan kondisi lokal.

Program ini membuktikan bahwa penerapan teknologi guna melalui pembuatan website dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM, guna memperkuat perekonomian lokal, dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Alamin, Z., Missouri, R., & Lukman, L. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Materi Pendidikan.
- Ashadiqi, M. H., Erlansari, A., & Farady, F. (2020). Aplikasi Pembelajaran Digital untuk Pemasaran UMKM.
- Firmansyah, N. A., Darsin, D., Wardhana, M. A., Wijayanti, M., & Khoirunnisa, L. (2024). Peningkatan literasi transformasi digital pada pelaku UMKM di Desa Sadang, Kecamatan Jekulo, Kudus. *Jurnal Abdimas Indonesia*. Hasil menunjukkan bahwa pelatihan digital membantu UMKM usaha lokal mengenal marketplace dan memperluas pasarnya (Firmansyah et al., 2024). <https://doi.org/10.26751/jai.v5i2.2304>
- Hamdan Mubarak, N., et al. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Website untuk UMKM.
- Handayani, A. D., (2022). Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *SIGNAL*, 11(1). DOI:10.33603/signal.v11i1.8213. Temuan mengungkap bahwa digitalisasi mendorong UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional melalui literasi digital (Handayani, 2022). <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>

- Kemenkeu (Media Keuangan). (2023). Inklusi dan digitalisasi UMKM perempuan dorong pemulihan. Value digital economy di Indonesia diperkirakan meningkat pesat dan UMKM perempuan dipandang kunci dalam transformasi ini (Media Keuangan, 2023).
- Kompasiana. (2025). Pelatihan literasi digital tersegmentasi kunci UMKM naik kelas di era ekonomi digital 2025. Program pelatihan digital bersama pemerintah menjadi kunci agar UMKM mampu naik kelas dan mengurangi kesenjangan digital (Kompasiana, 2025).
- Kontan (2025). Meutya Hafid dorong UMKM tingkatkan literasi digital untuk hadapi era AI. Laporan menyebut bahwa literasi digital adalah prasyarat utama untuk memanfaatkan e-commerce sebagai katalis dalam digitalisasi UMKM (Kontan, 2025).
- Murdiono. (2024). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Berbasis Literasi Digital.
- Ningratri, Y. A., Khairunnisa, A., & Hanum, A. (2024). Digital Assistance for Local Businesses.
- Oebaidillah, S. (2024, July 15). Literasi digital tingkatkan nilai jual produk UMKM. Media Indonesia. Artikel ini menyoroti efektivitas literasi digital dalam mengefisienkan operasional UMKM dan memperluas penetrasi pasar (Oebaidillah, 2024).
- Rahmawati, M. I., Ardini, L., Lestariningsih, M., & Shabrie, W. S. (2022). Peningkatan literasi keuangan dan pemasaran digital bagi UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 2(4), 1347-1354. Pelatihan digital ini memperkuat kemampuan promosi dan perhitungan harga jual di masa pandemi (Rahmawati et al., 2022). <https://doi.org/10.54082/jamsi.425>
- Republik Indonesia. (2008). Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Rinaldi, A. R., Bahtiar, A., Imam, A. C., & Djajnegara, B. A. (2022). Peningkatan literasi digital UMKM melalui pelatihan pemasaran digital dan e-commerce di Kota Cirebon. AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 197-201. Penelitian ini melaporkan bahwa pelatihan literasi digital secara signifikan meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola media sosial dan strategi branding digital (Rinaldi et al., 2022).
- Santoso, R. (2020). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digitalisasi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 112-120.
- Tempo.co. (2023, January 29). Rendahnya tingkat literasi digital jadi tantangan digitalisasi UMKM. Dikutip data survei OJK bahwa hanya sekitar 20,5 juta dari total 65 juta UMKM yang sudah di-digitalisasi-menunjukkan kesenjangan literasi digital (Tempo.co, 2023).
- Winarsih, T., Nataliawati, R., Fauziah, I., & Qomariah, S. D. (2022). Pelatihan literasi digital sebagai pembangkit UMKM Desa Jatirejo. Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 2(3), 127-133. Ditemukan bahwa pelatihan literasi digital dapat mendorong inovasi produk dan keberanian pelaku usaha untuk memasarkan melalui media sosial (Winarsih et al., 2022). <https://doi.org/10.51903/community.v2i3.272>
- Zuhdi, H., et al. (2023). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Pemasaran Produk Lokal.