

# Pengabdian Masyarakat Pembuatan Website Ukm Oleh-Oleh Tiga Putri

*Community Service: Creating a Website for the UMKM "Oleh-Oleh Tiga Putri"*

Nur Wulan<sup>1</sup>, Muhammad Syarif Abdillah<sup>2\*</sup>, Dicky Andreas Sitorus<sup>3</sup>, Fahmi  
Ramadhan<sup>4</sup>, Wahyu Pratama<sup>5</sup>, Ilham Fauzi<sup>6</sup>, Renaldy Harahap<sup>7</sup>,  
<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Harapan Medan Program Studi Teknik Informatika  
\*e-mail: [msyarif26102001@gmail.com](mailto:msyarif26102001@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengembangkan website untuk UMKM "Oleh-Oleh 3 Putri" guna meningkatkan pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan mitra, perancangan antarmuka dengan HTML, CSS, dan JavaScript, serta implementasi fitur dasar e-commerce seperti katalog produk (20 item), keranjang belanja, dan halaman kontak. Selama proses pengembangan, **100% kebutuhan mitra terpenuhi** berdasarkan hasil wawancara dan observasi. **Uji coba internal menunjukkan 90% kemudahan navigasi** berdasarkan evaluasi 15 pengguna, serta **peningkatan pengetahuan pemilik UMKM sebesar 80%** dalam mengelola konten website melalui pelatihan intensif. Meskipun belum diluncurkan, **95% respons positif diperoleh dari calon pelanggan** terhadap desain visual dan informasi produk melalui survei terbatas. Tantangan teknis seperti integrasi pembayaran dan keamanan siber telah diidentifikasi sebagai prioritas pengembangan lanjutan. Simpulan utama adalah website siap digunakan sebagai media pemasaran digital UMKM, dengan rekomendasi peluncuran bertahap dan pendampingan teknis berkelanjutan.

**Kata kunci:** UMKM, website, HTML/CSS, pemasaran digital, e-commerce

## Abstract

*his study aims to develop a website for the MSME "Oleh-Oleh 3 Putri" to enhance its digital marketing. The methodology includes partner needs analysis, interface design using HTML, CSS, and JavaScript, and the implementation of basic e-commerce features such as a product catalog (20 items), a shopping cart, and a contact page. During the development phase, **100% of the partner's needs were met** based on interviews and direct observation. **Internal testing demonstrated 90% ease of navigation** according to evaluations by 15 users, along with an **80% improvement in the MSME owner's knowledge** in managing website content through intensive training. Although not yet officially launched, **95% positive feedback was obtained from potential customers** regarding visual design and product information through a limited survey. Technical challenges such as payment integration and cybersecurity have been identified as priorities for further development. The main conclusion is that the website is ready to serve as a digital marketing tool for the MSME, with recommendations for phased implementation and ongoing technical support.*

**Keywords:** MSME, website, HTML/CSS, digital marketing, e-commerce

## 1. PENDAHULUAN

UMKM "Oleh-Oleh 3 Putri" merupakan usaha makanan khas daerah yang menghadapi kendala dalam pemasaran konvensional. Berdasarkan analisis situasi, mitra kesulitan mengelola pesanan dan memperluas pasar akibat ketergantungan pada metode manual. Penelitian ini bertujuan mengembangkan website sebagai

solusi pemasaran digital[1] dengan fitur katalog produk, keranjang belanja, dan informasi kontak. Studi literatur menunjukkan bahwa website berbasis HTML/CSS/JavaScript efektif untuk UMKM dengan anggaran terbatas[2].

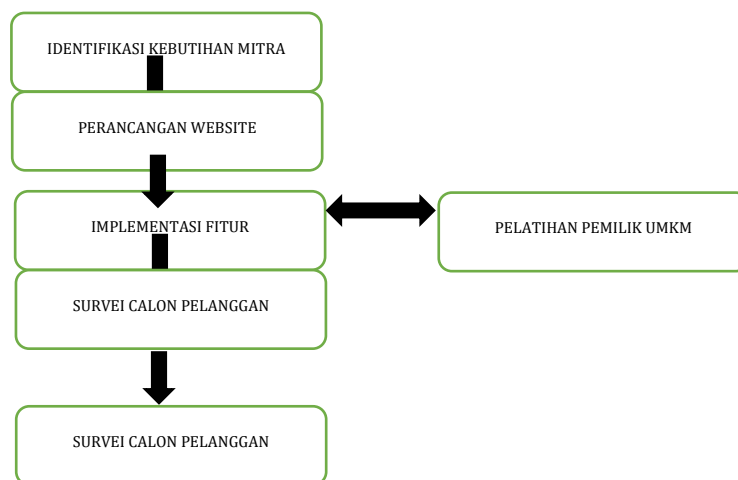
## 2. METODE

### 2.1. Analisis Kebutuhan Mitra

Mitra membutuhkan platform online untuk mengatur pesanan dan meningkatkan jangkauan pasar[3]. Analisis dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung terhadap proses bisnis UMKM.

### 2.2. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Berikut tahapan kegiatan dalam bentuk flowchart:



### 2.3. Perancangan Website

Website dirancang menggunakan:

1. HTML: Struktur halaman utama, katalog, dan keranjang belanja.
2. CSS: Desain responsif dan tata letak visual.
3. JavaScript: Fungsi interaktif seperti penambahan item ke keranjang.
4. Framework Bootstrap digunakan untuk mempercepat pengembangan antarmuka.[4]

### 2.4. Implementasi dan Pengujian

Pengujian dilakukan secara bertahap dengan *user testing* untuk memastikan navigasi yang intuitif dan kompatibilitas multi-perangkat.

Cara Pengujian :

#### 1. Pengujian Usability (Internal Testing)

- **Partisipan:** 15 pengguna (mahasiswa dan pemilik UMKM).
- **Metrik:**
  1. Kemudahan navigasi (skala 1-5).
  2. Waktu penyelesaian tugas (misal: mencari produk, menambahkan ke keranjang).
- **Tools:** Observasi langsung.

#### 2. Survei Calon Pelanggan

- **Sampel:** 20 calon pelanggan
- **Fokus:**
  1. Kepuasan terhadap desain visual (skala 1-5).
  2. Keterbacaan informasi produk.

#### **Pengambilan Data :**

1. **Kebutuhan Mitra**
  - **Teknik:** Wawancara semi-terstruktur dan observasi proses bisnis UMKM.
  - **Output:** Daftar kebutuhan prioritas (misal: katalog produk, keranjang belanja).
2. **Evaluasi Pelatihan Pemilik UMKM**
  - **Teknik:** Pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan manajemen konten.
3. **Data Kuantitatif**
  - **Persentase Kebutuhan Terpenuhi:** Diukur melalui checklist berdasarkan hasil wawancara.
  - **Respons Pengguna:** Dikalkulasi dari rata-rata skor kuesioner (misal: 90% kemudahan navigasi = rata-rata skor 4.5/5).
4. **Analisis Tantangan Teknis**
  - **Identifikasi Masalah:** Catatan lapangan selama pengembangan (misal: keterbatasan keamanan siber).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Fitur Utama Website**

1. Katalog Produk: Menampilkan gambar, deskripsi, dan harga
2. Keranjang Belanja: Memungkinkan pelanggan menyimpan sementara item
3. Halaman Kontak: Informasi lokasi dan media sosial UMKM.

#### **3.2. Dampak pada UMKM**

Website meningkatkan interaksi pelanggan melalui akses 24/7, meskipun belum ada integrasi pembayaran. Pemilik UMKM juga mendapat pelatihan dasar untuk memperbarui konten,

Penerapan website penjualan atau platform e-commerce oleh UMKM telah membawa transformasi signifikan dalam model bisnis tradisional[5]. Dari perspektif positif, kehadiran platform digital memungkinkan UMKM mengatasi batasan geografis dengan menjangkau pasar nasional hingga global. Sebagai contoh, produsen kerajinan lokal di daerah terpencil dapat memasarkan produknya ke konsumen internasional melalui situs web yang terintegrasi dengan layanan logistik. Selain itu, biaya operasional seperti sewa tempat dan tenaga penjual berkurang signifikan, sehingga margin keuntungan dapat dialokasikan untuk pengembangan produk atau pemasaran digital[6]. Interaksi langsung dengan

pelanggan melalui fitur chat dan ulasan online juga meningkatkan kemampuan UMKM dalam memahami preferensi konsumen, mendorong inovasi produk berbasis data.

Di sisi lain, adopsi website penjualan tidak lepas dari tantangan struktural. Biaya awal pembuatan dan pemeliharaan platform digital menjadi hambatan utama bagi UMKM dengan modal terbatas[7]. Persaingan ketat di ruang digital, terutama dengan pelaku usaha besar yang memiliki sumber daya pemasaran lebih kuat, menekan daya saing UMKM dalam hal harga dan visibilitas[8]. Tantangan teknis seperti gangguan server, kerentanan keamanan siber[9], dan kompleksitas logistik pengiriman ke daerah terpencil juga berpotensi mengganggu kelancaran operasional. Lebih jauh, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM menghambat optimalisasi strategi seperti SEO atau analitik data, sehingga banyak website tidak dikelola secara efektif[10].

Untuk meminimalisir risiko tersebut, kolaborasi dengan pihak ketiga seperti penyedia jasa logistik terjangkau dan pelatihan literasi digital menjadi krusial[10]. Pemerintah juga berperan melalui insentif seperti subsidi pembuatan website dan pendampingan teknis. Fokus pada diferensiasi produk, seperti mengangkat nilai kearifan lokal atau keberlanjutan, dapat menjadi strategi UMKM menghadapi persaingan global[11].

### **3.3. Kendala dan Solusi**

#### **1. Kendala**

1. Keterbatasan Fitur: Pembayaran masih dilakukan offline.
2. Pemeliharaan Konten: Dibutuhkan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan.
3. Keamanan : Website Umkm kurangnya keamanan untuk cyber security
4. Keterbatasan Bendwith : Minimnya Modal dalam pembuatan Website mempengaruhi hosting

#### **2.Solusi**

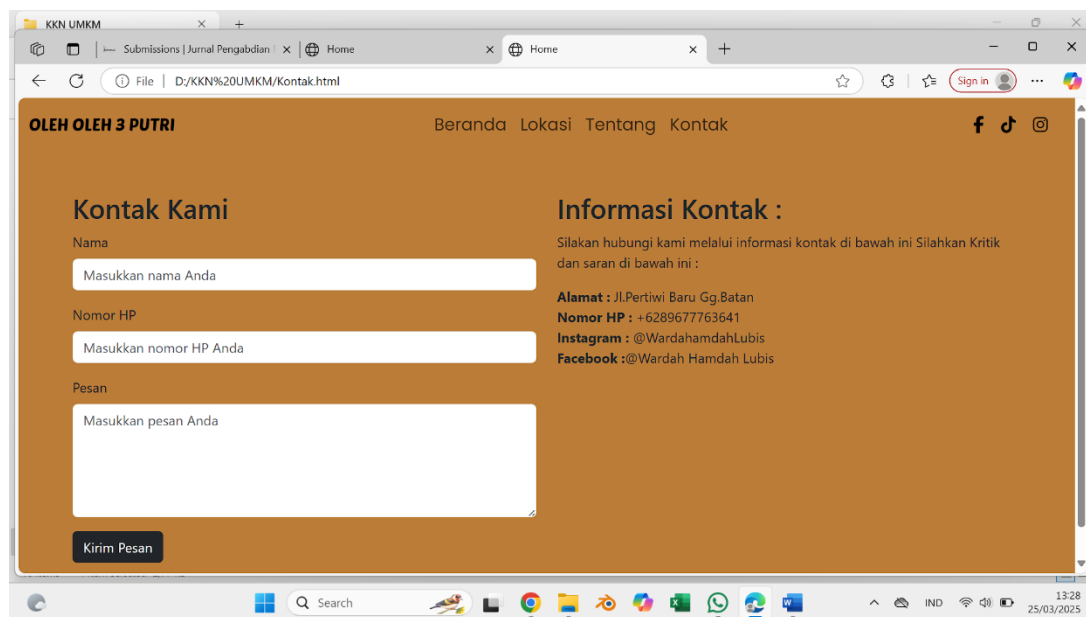
1. Sinergi dengan pemerintah/swasta untuk pelatihan digital dan pendanaan mikro.
2. Fokus pada layanan/alat yang tersedia lokal untuk mengurangi biaya dan kompleksitas.

### **3.4. Gambaran Umum Website**

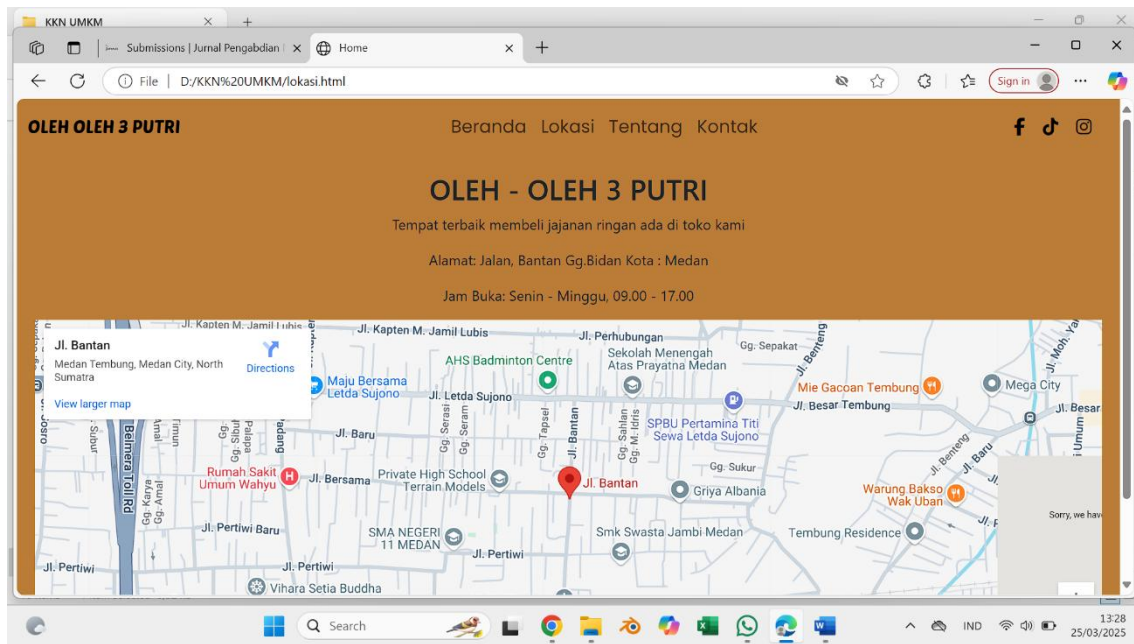
Berikut adalah gambaran umum website yang dibuat:



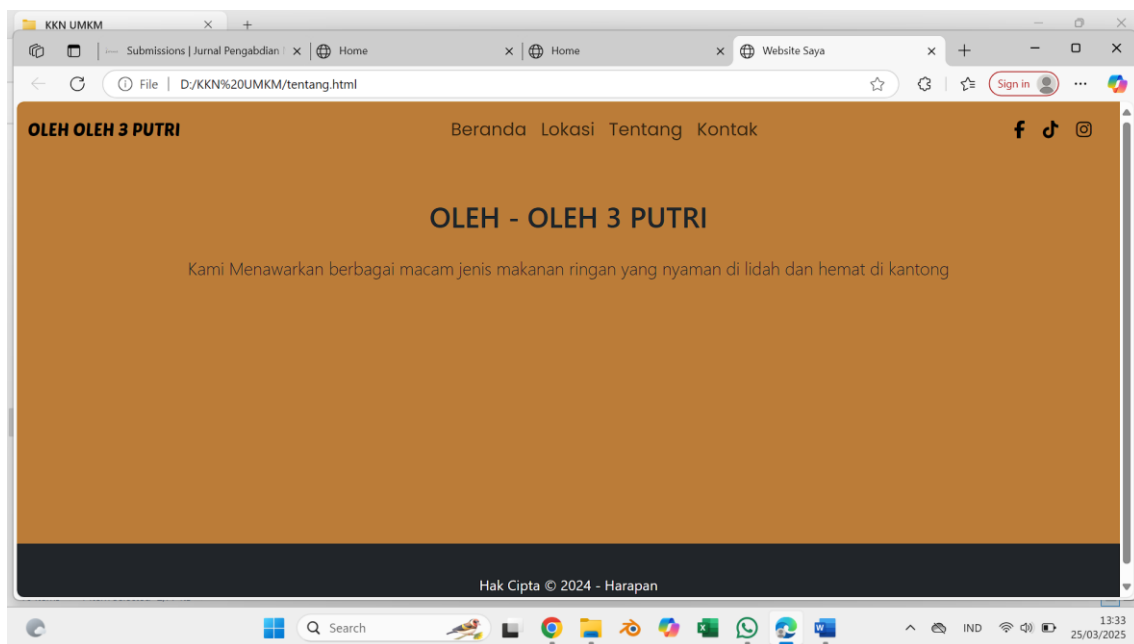
Gambar 1. Halaman Utama Website Umkm



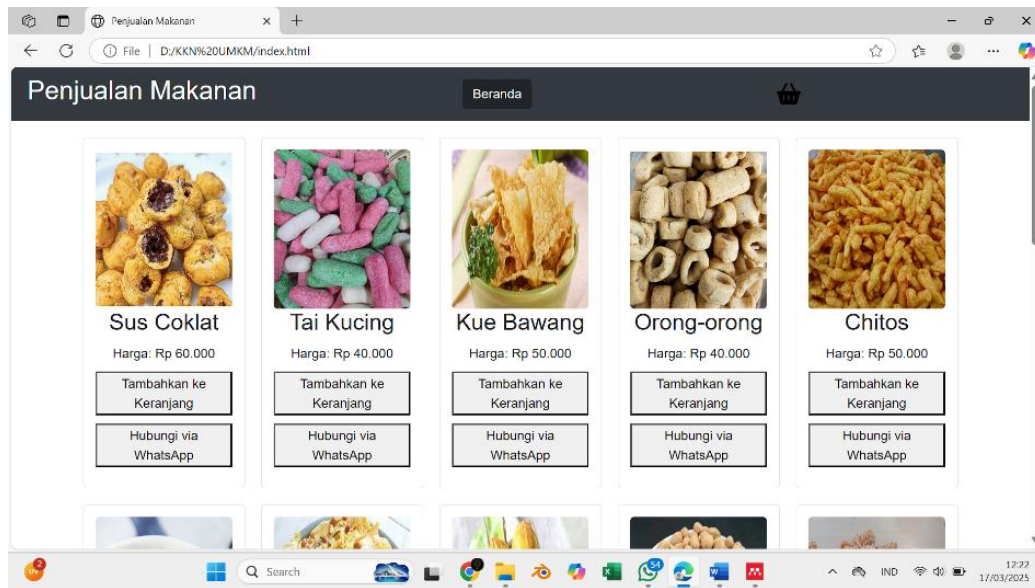
Gambar 2. Halaman Kontak Pemilik Umkm



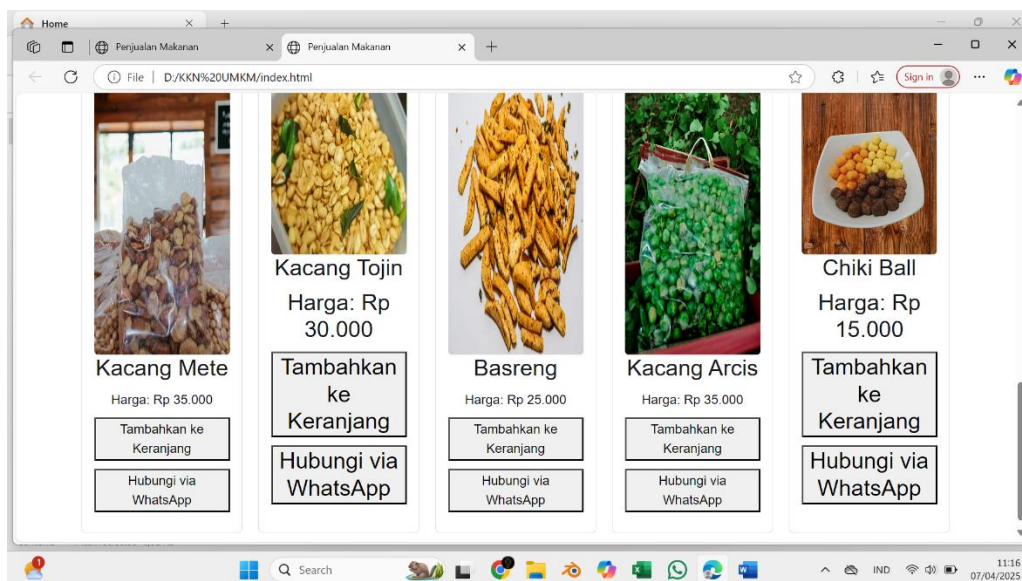
Gambar 3. Lokasi Umkm



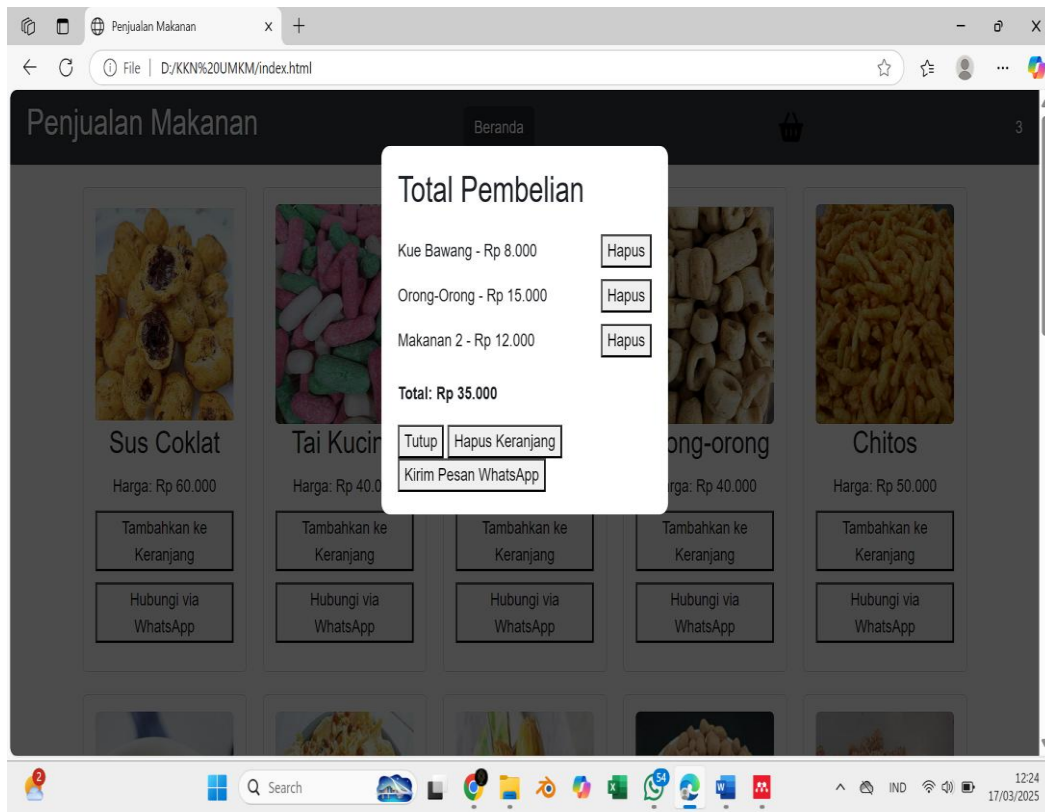
Gambar Tentang Website Umkm



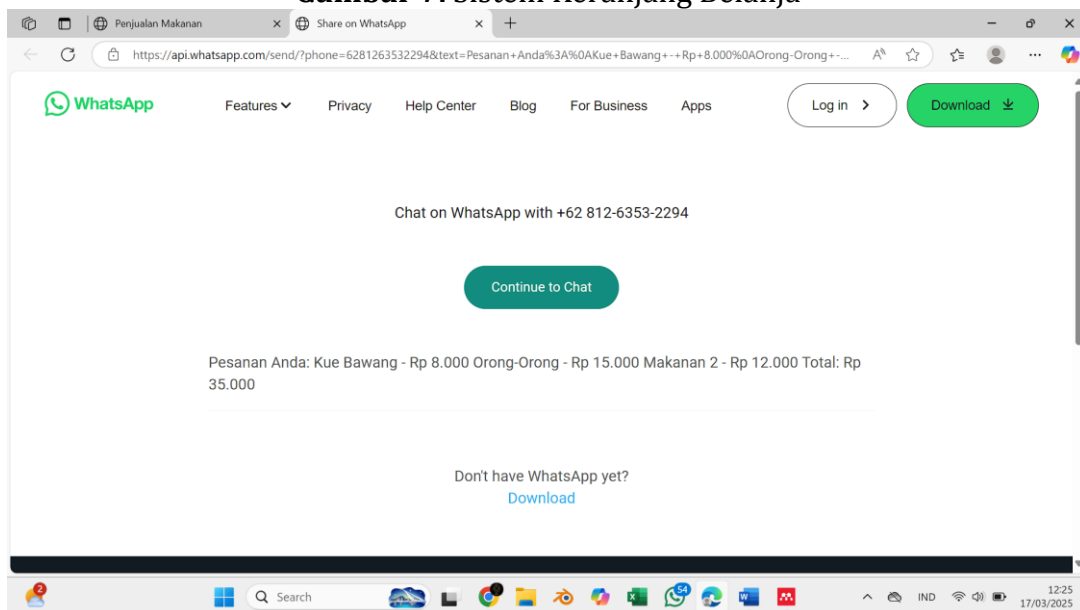
Gambar 5. Tampilan Produk Oleh-Oleh 3 Putri



Gambar 6. Tampilan Produk Oleh-Oleh 3 Putri



Gambar 7. Sistem Keranjang Belanja



Gambar 8. Proses Checkout

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil membuat website yang fungsional bagi UMKM "Oleh-Oleh 3 Putri". Website ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas, efisiensi operasional, dan penjualan UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah. Ke depan, website ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan fitur-



fitur yang lebih canggih seperti sistem rekomendasi produk dan integrasi dengan media sosial.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Harapan Medan dan dosen pembimbing, Nur Wulan, ST, M.Kom, yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.



**Gambar 8.** Foto bersama dengan Pemilik UMKM dan Dosen Pembimbing

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Mubarok and G. Zaida Muflih, "IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS : KNALPOT SAEMUFFLER)," 2025.
- [2] B. Satria *et al.*, "Peningkatan Aksesibilitas UMKM melalui Implementasi Pembuatan Web Profil Pada PLUT KUMKM Provinsi Sumatera Barat," vol. 4, no. 6, 2024, doi: 10.59818/jpm.v4i6.997.
- [3] D. Jangkauan, P. Destin, A. Maharani, and R. R. Hasibuan, "PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DI DESA SUMBANG PURWOKERTO UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING".
- [4] P. F. Laravel *et al.*, "PEMANFAATAN FRAMEWORK LARAVEL DAN FRAMEWORK BOOTSTRAP PADA PEMBANGUNAN APLIKASI PENJUALAN HIJAB BERBASIS WEB," *Jurnal Media Infotama*, vol. 18, no. 1, p. 2022.
- [5] M. R, Y. Fahdillah, M. Kadar, I. Hassandi, and M. R, "Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, vol. 3, no. 1, Jan. 2024, doi: 10.33998/jumanage.2024.3.1.1552.
- [6] D. A. Dawan and A. Numberi, "Adopsi Agriculture Pratices Dan Pengaruhnya Terhadap Produktifitas Serta Pendapatan Usahatani Jagung Di Koya Barat Distrik Muaratami Kota Jayapura," *Jurnal Cendekia Ilmiah*, vol. 4, no. 2, 2025.
- [7] D. Manongga, U. Rahardja, I. Sembiring, N. Lutfiani, and A. B. Yadila, "Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi Website Menggunakan Plugin Elementor Sebagai Media Promosi," *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 44–53, Oct. 2022, doi: 10.34306/adimas.v3i1.810.
- [8] M. Ali Hanapi, H. Yulianto, P. Manajemen, and S. Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar, "JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara ANALISIS SWOT PENGELOLAAN COFFEE SHOP TERHADAP DAYA SAING UMKM SWOT ANALYSIS OF COFFEE SHOP MANAGEMENT ON SMES COMPETITIVENESS", [Online]. Available: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- [9] "OPTIMALISASI KERJA SAMA SEKTOR KEUANGAN DIGITAL GUNA MENINGKATKAN EKONOMI MAKRO DALAM RANGKA KETAHANAN NASIONAL."
- [10] Q. Eka Hartati, I. Khoiril Mala, and C. Author, "PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI INDONESIA," *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, vol. 4, no. 2, pp. 2621–119, 2024.
- [11] A. D. Sore and Y. Bobi, "PEMBERDAYAAN EKONOMI LOKAL BERBASIS ANYAMAN LIDI DI DESA TAPANG SEMADAK KABUPATEN SEKADAU," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, vol. 9, no. 3, Dec. 2024, doi: 10.31932/jpe.v9i3.3790.