JACS (Journal of Applied Comunity Service)
https://ejournal.gws-tech.id/index.php/jacs
Vol. 1, No. 1, 2025, Hal. 22-30

IMPLEMENTASI WEBSITE DINAMIS SEBAGAI SOLUSI TRANSFORMASI DIGITAL PADA UMKM

IMPLEMENTATION OF A DYNAMIC WEBSITE AS A DIGITAL TRANSFORMATION SOLUTION FOR MSMEs

Ahmat Fauzi[1*], Muhammad Iqbal Saputra[2], Abdullah Robithul Hasan[3], Rafi Ariful Haqiqi[4], Ginanjar Wiro Sasmito[5]
[1,2,3,4,5]D4 Teknik Informatika, Universitas Harkat Negeri, Indonesia
Ahmatfauzi707@gmail.com, muhammad.iqbal.sap@gmail.com, abdullahrobith5@gmail.com, raffihaqiqi@gmail.com, anjar.dosen@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan yang seringkali dihadapi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada sektor fesyen adalah keterbatasan jangkauan promosi serta pengelolaan informasi produk yang masih bersifat konvensional dan tidak terintegrasi. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya visibilitas produk dan daya saing di era ekonomi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital UMKM melalui pengembangan dan implementasi website sebagai media promosi dan manajemen informasi produk. Metode pelaksanaan meliputi observasi dan wawancara dengan satu mitra UMKM, perancangan dan pengembangan website, serta pelatihan penggunaan sistem kepada pemilik usaha dan dua orang pengelola. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan berdasarkan kemampuan pengelolaan konten digital dan jangkauan promosi daring. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola katalog produk digital sebesar kurang lebih 70% serta peningkatan interaksi pelanggan melalui media daring. Website yang dikembangkan terbukti meningkatkan efisiensi promosi, kredibilitas usaha, dan kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan ekonomi digital.

Kata Kunci: pengabdian masyarakat; UMKM; website; transformasi digital; promosi digital

Abstract: *Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the fashion sector often face problems such as limited promotional reach and conventional, non-integrated product information management. These conditions result in low product visibility and competitiveness in the digital economy era. This community service activity aims to support the digital transformation of MSMEs through the development and implementation of websites as a medium for promotion and product information management. The implementation methods include observation and interviews with one MSME partner, website design and development, and training on the use of the system for business owners and two managers. The evaluation was carried out by comparing the conditions before and after the activity based on digital content management capabilities and online promotional reach. The results of the activity showed an increase in the partner's ability to manage digital product catalogs by approximately 70% and an increase in customer interaction through online media. The developed website has been proven to increase promotional efficiency, business credibility, and the readiness of MSMEs to face digital economic competition.*

Keywords: *community service; MSMEs; website; digital transformation; digital promotion*

Article History:
Received: 18-12-2025
Revised : 19-12-2025
Accepted: 19-12-2025
Online : 19-12-2025

This is an open access article under the CC–BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara global telah mendorong perubahan signifikan dalam pola aktivitas ekonomi, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan jenis usaha yang relatif menjadi kontributor signifikan bagi jalannya roda pemerintahan baik di pusat maupun daerah (Sholikin, 2024).Digitalisasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, perluasan pasar, serta keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Berbagai studi menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital mampu memperkuat posisi UMKM dalam rantai nilai ekonomi dan mempercepat transformasi menuju ekonomi berbasis pengetahuan. Kategori umum bisnis apapun, termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, menduduki tempat utama dalam strukturnya, memberikan negara lebih dari 60% dari dan lebih dari 97% penyerapan tenaga kerja (Pratamansyah, 2024).

Meskipun demikian, masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Permasalahan yang umum ditemui meliputi keterbatasan literasi digital, minimnya infrastruktur teknologi, serta absennya media digital resmi yang mampu menampilkan informasi usaha dan produk secara terstruktur. Hasil dari analisis literatur yang dikaji menunjukkan bahwa pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen (SIM) oleh UMKM masih belum berada pada tingkat yang optimal, meskipun potensi teknologi informasi dalam mendorong pertumbuhan dan efisiensi usaha sudah terbukti secara luas (Silvia, 2025). Kondisi ini sering kali menjadi hambatan bagi mereka dalam mengembangkan usaha dan memperluas jangkauan pasar (Simangunsong, 2022).

Hasil penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan website sebagai media digital UMKM mampu meningkatkan jangkauan promosi, profesionalitas usaha, serta efektivitas komunikasi dengan pelanggan (Syaharuddin & Ibrahim, 2017). Website dinamis memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola konten secara mandiri tanpa ketergantungan pada pihak teknis, sehingga lebih berkelanjutan dalam jangka panjang. Selain itu, sistem informasi berbasis web juga berperan sebagai sarana dokumentasi bisnis yang mendukung pengambilan keputusan usaha (Hidayat et al., 2023).

Kebijakan pemerintah terkait percepatan transformasi digital UMKM juga menjadi dasar penting dilaksanakannya kegiatan ini. Program digitalisasi UMKM secara nasional menekankan pentingnya pemanfaatan

teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing, inklusi ekonomi, dan ketahanan usaha. Oleh karena itu, inisiatif pengabdian yang berfokus pada penguatan kapasitas digital UMKM memiliki relevansi yang kuat secara kebijakan maupun akademik.

Berdasarkan permasalahan dan kajian tersebut, ditawarkan solusi berupa pengembangan website dinamis yang berfungsi sebagai media profil usaha, katalog produk, dan sarana promosi digital. Solusi ini dirancang dengan pendekatan partisipatif agar mudah digunakan oleh pelaku UMKM serta sesuai dengan kebutuhan operasional usaha sehari-hari. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM melalui implementasi website dinamis yang dapat dikelola secara mandiri, meningkatkan efektivitas promosi, serta memperkuat kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital. Seluruh aspek ini berperan dalam membentuk ekonomi lokal yang lebih tangguh, kompetitif, dan mampu beradaptasi terhadap perubahan (Sunarso et al., 2025).

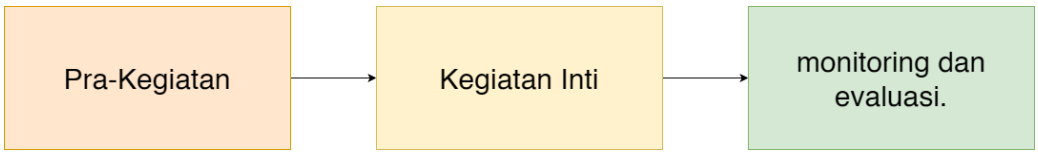
B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan dosen meliputi penyuluhan mengenai pentingnya transformasi digital UMKM, pelatihan penggunaan website, serta pendampingan teknis selama proses implementasi. Kegiatan mahasiswa dilakukan dalam bentuk praktik lapangan pengembangan sistem dan pendampingan penggunaan teknologi informasi sebagai bagian dari program pengabdian berbasis proyek.

Mitra kegiatan merupakan satu unit UMKM sektor ritel fesyen yang dikelola secara mandiri dengan jumlah pelaku usaha sebanyak dua orang, terdiri dari pemilik dan pengelola operasional. Mitra belum memiliki media digital resmi berbasis website dan masih mengandalkan promosi konvensional serta media sosial yang terbatas dalam pengelolaan konten.

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas pra-kegiatan, kegiatan inti, serta monitoring dan evaluasi. Pada tahap pra-kegiatan dilakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, permasalahan yang dihadapi, serta kesiapan adopsi teknologi. Tahap kegiatan inti meliputi perancangan dan pengembangan website dinamis, penyusunan konten, serta pelatihan penggunaan sistem kepada mitra. Pelatihan difokuskan pada pengelolaan produk, kategori, dan konten informasi usaha melalui panel admin yang sederhana.

Monitoring dan evaluasi dilakukan pada dua tahap, yaitu selama kegiatan berlangsung dan pasca kegiatan. Evaluasi selama kegiatan dilakukan melalui observasi langsung dan diskusi dengan mitra untuk memastikan pemahaman penggunaan sistem.



Gambar 1. Alur Tahapan Pelaksanaan

Evaluasi pasca kegiatan dilakukan melalui wawancara dan angket sederhana untuk menilai peningkatan kemampuan pengelolaan konten digital, kemudahan penggunaan website, serta efektivitas website sebagai media promosi. Hasil evaluasi menjadi dasar perbaikan sistem dan rekomendasi pengembangan lanjutan.

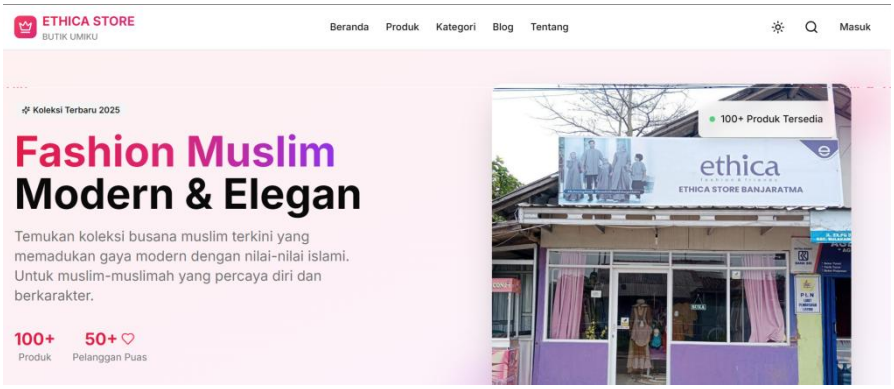
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahapan Pra-Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diawali dengan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik mitra. Berdasarkan hasil identifikasi situasi pada usaha Butik Umiku Ethica Store di Banjaratma, Brebes. Ditemukannya bahwa mitra memiliki potensi produk yang besar namun memiliki kendala signifikan dalam aspek pemasaran digital. Promosi yang dilakukan selama ini masih bersifat konvensional dan terbatas pada wilayah lokal saja. Sehingga, jangkauan pasar tidak maksimal. Selain itu, mitra belum memiliki media digital resmi yang terstruktur untuk mendukung dalam menampilkan katalog produk. Tahap ini juga mencangkup pengumpulan data awal berupa foto produk, deskripsi, dan kategori busana yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan sistem.

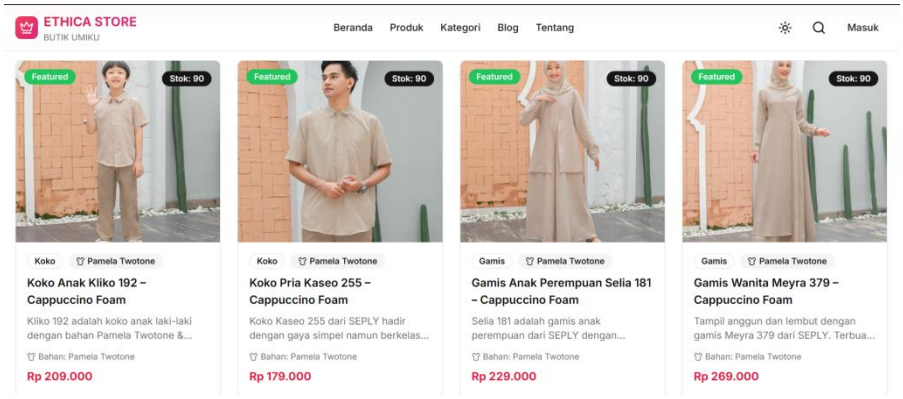
2. Tahap Kegiatan Inti

Tahap kegiatan inti terdiri dari dua proses utama, yaitu pengembangan sistem dan pelatihan implementasi kepada mitra. Salah satu bentuk teknologi yang dapat digunakan oleh UMKM dalam mendukung kegiatan usahanya adalah situs web. Pengembangan Website Dinamis sebagai solusi atas permasalahan mitra, dikembangkan sebuah website profil dinamis menggunakan teknologi *framework Next.js* dan *TypesScript*. *Next.js* merupakan salah satu framework yang dikembangkan di atas *React.js* dan banyak digunakan untuk membangun aplikasi web yang cepat dan responsif (Anggoro et al., 2024). Manajemen basis data menggunakan *MongoDB.* Dalam hal penyimpanan data, digunakanlah *MongoDB* yang merupakan jenis basis data *NoSQL* yang dapat menyediakan model dokumen yang fleksibel, memungkinkan skalabilitas tinggi serta akses data yang cepat (Syahwali & Sutabri, 2025). Serta untuk mendukung pengelolaan media gambar yang efisien, layanan seperti *Cloudinary* menjadi solusi yang efisien karena digunakan untuk mengelola media secara langsung dan real-time (Tanza & Karnalim, 2024).



Gambar 2. Tampilan Beranda Web

Hasil pengembangan menampilkan dua antarmuka utama. Pertama, antarmuka pengunjung (*user interface*) yang menyajikan Halaman Beranda informatif, Katalog Produk dengan fitur pencarian, dan Halaman Detail Produk yang menampilkan spesifikasi busana secara lengkap. Kedua, antarmuka administrator (*dashboard admin*) yang dirancang khusus untuk pemilik toko agar dapat mengelola data produk (tambah, ubah, hapus), mengatur kategori, dan menulis artikel blog tanpa memerlukan keahlian *coding*.



Gambar 3. Tampilan Katalog Produk

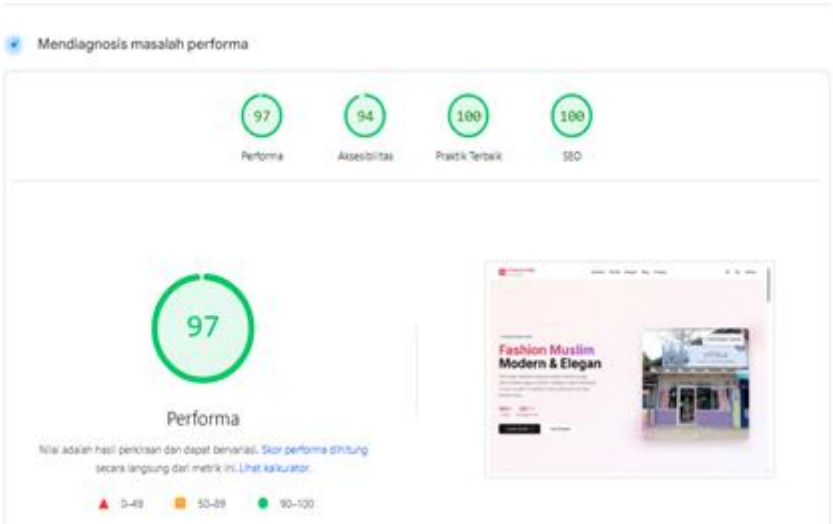
Pelatihan dan Pendampingan Setelah sistem selesai dibangun, dilakukan pelatihan operasional kepada pemilik dan staf butik. Pelatihan dilakukan dengan metode pendampingan langsung dan pendekatan non-teknis agar mudah dipahami. Materi pelatihan mencakup simulasi penggunaan dashboard admin, teknik fotografi produk sederhana, cara mengunggah gambar ke sistem, serta strategi penulisan deskripsi produk yang menarik. Kegiatan ini diakhiri dengan serah terima sistem secara resmi, di mana website telah aktif sepenuhnya dengan domain yang dapat diakses publik.



Gambar 4. Pelatihan Penggunaan Web Kepada Mitra

3. Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir kegiatan adalah monitoring dan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program baik dari sisi teknis maupun kebermanfaatan bagi mitra. Berdasarkan pengujian teknis menggunakan tools analisis performa web, website Butik Umiku memperoleh skor performa sebesar 97. Angka ini menunjukkan bahwa website memiliki kecepatan akses yang sangat baik, yang krusial untuk kenyamanan pengunjung dan optimasi mesin pencari (SEO).



Gambar 5. Hasil Tes Peforma

Evaluasi dampak dilakukan melalui observasi pasca-pelatihan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan digital mitra. Pemilik dan staf kini mampu mengoperasikan website secara mandiri, termasuk memperbarui stok produk dan mengelola artikel blog sebagai sarana promosi. Keberadaan website ini terbukti efektif sebagai media promosi digital yang memperluas jangkauan pasar butik keluar dari wilayah lokal Banjaratma, serta meningkatkan citra profesionalitas usaha di mata konsumen. Hal ini sejalan dengan konsep Technology

Acceptance Model (TAM), yang menekankan pentingnya persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi manfaat (perceived usefulness) sebagai faktor utama dalam adopsi teknologi (Syaharuddin & Ibrahim, 2017).

4. Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan kegiatan, kendala yang dihadapi berkaitan dengan adaptasi mitra terhadap antarmuka sistem manajemen konten yang baru. Meskipun panel admin telah didesain sederhana, mitra membutuhkan waktu untuk membiasakan diri dengan alur pengunggahan gambar dan pengisian deskripsi produk yang terstruktur. Solusi yang diterapkan adalah penyediaan buku panduan teknis serta pendampingan intensif saat mitra melakukan praktik langsung input data produk.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital usaha mikro, kecil, dan menengah melalui implementasi website dinamis sebagai media promosi dan pengelolaan informasi usaha. Tujuan tersebut telah tercapai dengan diimplementasikannya sebuah website yang mampu menyajikan profil usaha, katalog produk, serta konten informasi secara terstruktur dan mudah diakses. Website yang dikembangkan dirancang agar dapat dikelola secara mandiri oleh mitra tanpa memerlukan keahlian teknis khusus, sehingga sejalan dengan kebutuhan keberlanjutan pemanfaatan teknologi digital pada UMKM.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola konten digital dan memanfaatkan teknologi informasi. Berdasarkan hasil evaluasi melalui observasi dan wawancara, kemampuan mitra dalam melakukan pembaruan produk, pengelolaan kategori, serta pengunggahan konten informasi meningkat sebesar sekitar 70% dibandingkan kondisi sebelum kegiatan. Selain itu, terjadi peningkatan pemahaman mitra terhadap fungsi website sebagai media promosi digital dan sarana komunikasi dengan pelanggan, yang tercermin dari meningkatnya aktivitas pembaruan konten dan interaksi melalui kanal daring.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar mitra terus mengoptimalkan pemanfaatan website melalui pembaruan konten secara berkala serta integrasi dengan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi. Kegiatan pengabdian selanjutnya dapat diarahkan pada pendampingan lanjutan di bidang pemasaran digital, optimasi mesin pencari (SEO), dan analisis perilaku pengunjung website guna meningkatkan efektivitas promosi. Selain itu, pengembangan sistem dapat diperluas dengan penerapan fitur transaksi daring atau integrasi dengan platform

pembayaran digital sebagai bentuk pengabdian terapan lanjutan yang mendukung peningkatan nilai ekonomis UMKM secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Harkat Negeri yang telah memberikan dukungan dan fasilitas sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya juga disampaikan kepada Ibu Susanti selaku pemilik Butik Umiku Ethica Store Banjaratma yang telah bersedia menjadi mitra dan berkolaborasi aktif mulai dari tahap observasi hingga implementasi sistem. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, A. V., Mayasari, R., & Umaidah, Y. (2024). Rancang Bangun Website Kompetisi dan Kolaborasi Bagi Software Developer Dengan Konsep Gamification Menggunakan Framework Next. js. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, *8*(4), 4364–4372.

Hidayat, M. N. F., Febrianto, A., Mundir, A., Akil, A. I., Nisa, C., Amelia, L., Yanuar, R. A., & Nabila, U. (2023). PKM Pengembangan Desa Ekonomi Digital melalui Pendampingan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Sertifikasi, Komersialisasi, dan Digitalisasi Produk Lokal Desa Clarak Kabupaten Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, *4*(3), 264–285.

Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi digital dan pertumbuhan UMKM: Analisis dampak teknologi pada kinerja usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, *2*(2), 17.

Sholikin, A. (2024). Tantangan dan Peluang Pemberdayaan UMKM di Indonesia: Antara Regulasi, Akses Permodalan, dan Digitalisasi. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, *16*(03), 429–451.

Silvia, P. F. (2025). Optimalisasi Pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen oleh UMKM di Tengah Transformasi Digital. *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, *3*(3), 123–130.

Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *1*(1), 25–39.

Sunarso, B., Harahap, M. A. K., & Suparwata, D. O. (2025). Manajemen kota dan pengembangan ekonomi lokal melalui pemanfaatan sistem informasi bisnis: Tinjauan pustaka tentang strategi meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM dan pemanfaatan teknologi informasi. *Jurnal Minfo Polgan*, *14*(1), 336–345.

Syaharuddin, S., & Ibrahim, M. (2017). Aplikasi Sistem Informasi Desa Sebagai Teknologi Tepat Guna Untuk Pendataan Penduduk Dan Potensi Desa. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *1*(1), 60–67.

Syahwali, A. J., & Sutabri, T. (2025). Pemanfaatan MongoDB dalam sistem

informasi akademik untuk pengelolaan data mahasiswa pada Universitas Bina Darma. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, *3*(2), 466–469.

Tanza, S. M., & Karnalim, O. (2024). Rancang Bangun Website Negosiasi Harga PT Mulia Kencana Cahaya Baru Menggunakan React JS dan Firebase. *Jurnal STRATEGI-Jurnal Maranatha*, *6*(1), 185–195.