

**Pengembangan *Website* Desa Sebagai Media Informasi dan Promosi Digital UMKM:
Studi Kasus Desa Sungai Petai, Kabupaten Seluma**

***Development of Village Websites as a Digital Information and Promotional Medium for
SMEs: A Case Study of Sungai Petai Village, Seluma Regency***

**Dea Agnia¹, Vernonia Yora Saki^{*2}, Dewi Fitri Rahmadani³, Ruben Malau⁴,
Charles Bonar Yono Sirait⁵**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu

²Departemen Kedokteran Komunitas, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan,
Universitas Bengkulu

³Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

⁴Fakultas Hukum, Universitas Bengkulu

⁵Fakultas Teknik, Universitas Bengkulu

*Email: yorasaki@unib.ac.id

(Diterima 07-08-2026; Disetujui 23-09-2026)

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sungai Petai, Kecamatan Talo Kecil, Kabupaten Seluma, masih mengandalkan promosi secara konvensional sehingga jangkauan pemasaran produk terbatas. Selain itu, desa belum memiliki media digital yang mampu mengintegrasikan informasi pemerintahan desa dengan informasi UMKM dalam satu platform. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengembangkan *website* Desa Sungai Petai sebagai media informasi dan promosi digital UMKM, serta meningkatkan kapasitas perangkat desa dalam mengelola *website* secara mandiri. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan bersama pemerintah desa, pendataan profil UMKM, pengembangan *website* desa beserta menu UMKM, publikasi profil UMKM, sosialisasi *website*, dan pelatihan pengelolaan *website* bagi perangkat desa. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *website* Desa Sungai Petai berhasil dikembangkan dengan menu khusus UMKM yang memuat profil usaha secara terstruktur sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media informasi desa sekaligus sarana promosi digital bagi produk lokal. Selain itu, perangkat desa memperoleh kemampuan dasar dalam mengelola dan memperbarui konten *website* secara mandiri. Kegiatan ini memberikan manfaat berupa peningkatan akses informasi desa, perluasan media promosi digital bagi UMKM, penguatan identitas usaha lokal, serta peningkatan kapasitas perangkat desa dalam mengelola informasi berbasis digital. Dengan demikian, pengembangan *website* desa yang terintegrasi dengan menu UMKM menjadi strategi yang efektif dalam mendukung digitalisasi promosi UMKM dan keberlanjutan pengelolaan informasi desa.

Kata kunci: *website* desa; UMKM; digitalisasi; promosi digital; pengabdian masyarakat

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sungai Petai Village, Talo Kecil Subdistrict, Seluma Regency, still rely on conventional promotional methods, resulting in limited market reach for their products. Additionally, the village does not yet have a digital platform capable of integrating village government information with MSME information into a single platform. This community service project aims to develop the Sungai Petai Village website as a digital information and promotional platform for MSMEs, as well as to enhance the capacity of village officials to manage the website independently. Implementation methods included identifying needs in collaboration with the village government, collecting MSME profiles, developing the village website along with an MSME section, publishing MSME profiles, promoting the website, and providing website management training for village officials. The results of the activity show that the Sungai Petai Village website was successfully developed with a dedicated SME section containing structured business profiles, enabling it to serve as both a village information platform and a digital promotional tool for local products. Additionally, village officials acquired the basic skills to independently manage and update the website's content. This initiative offers benefits such as improved access to village information, the expansion of digital promotional channels for MSMEs, the strengthening of local business identities, and enhanced capacity of village officials to manage digital information. Thus, the development of a village website integrated with an MSME section serves as an effective strategy for supporting the digitization of MSME promotion and the sustainable management of village information.

Keywords: *village website; MSMEs; digitalization; digital promotion; community service*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang utama perekonomian masyarakat desa karena berperan langsung dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pemanfaatan potensi produk lokal secara berkelanjutan. Peran strategis ini semakin relevan ketika dikaitkan dengan agenda transformasi digital desa, sebagaimana ditegaskan dalam kajian mengenai pengelolaan *website* dan pemberdayaan UMKM berbasis *smart village* (Zuhriyah et al. 2026). Penguatan ekonomi lokal melalui digitalisasi UMKM dan potensi wisata desa juga terbukti mampu memperluas dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar (Mahbub et al. 2025), sementara *branding* dan promosi berbasis *website* desa turut memperkuat posisi produk UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin terbuka (Setiawan et al. 2025).

Di sisi lain, promosi produk UMKM di banyak desa masih dilakukan secara konvensional, misalnya melalui informasi dari mulut ke mulut atau media cetak sederhana, sehingga jangkauan informasi kepada calon konsumen di luar wilayah desa menjadi sangat terbatas. Kondisi ini sejalan dengan temuan pelatihan pembuatan *website* untuk pemasaran produk UMKM yang menunjukkan bahwa pelaku usaha desa pada dasarnya membutuhkan media promosi baru karena cara pemasaran lama tidak lagi memadai untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Septarina et al. 2023). Keterbatasan visibilitas ini semakin terasa ketika produk UMKM belum dioptimalkan melalui strategi digital seperti *Search Engine Optimization* (SEO), yang apabila diterapkan terbukti mampu meningkatkan visibilitas UMKM desa di mata publik (Wardana, Hanum, and Hamdani 2025).

Permasalahan tersebut mendorong pentingnya transformasi digital di tingkat desa, salah satunya melalui pengembangan *website* desa sebagai infrastruktur informasi utama. Pembuatan website desa telah terbukti dapat menjadi sarana digitalisasi yang mendukung tata kelola informasi desa secara lebih transparan dan efisien (Hardika et al. 2024). Selain pembuatannya, keberlanjutan pemanfaatan website desa turut ditentukan oleh sejauh mana perangkat desa memahami cara mengoperasikannya, sebagaimana ditunjukkan oleh kegiatan pelatihan penggunaan *website* Desa Indrapura yang menekankan pentingnya pendampingan teknis pascapembangunan sistem (Effendy et al. 2023).

Website desa tidak hanya berfungsi sebagai kanal informasi administrasi pemerintahan, tetapi juga dapat difungsikan sebagai media promosi produk UMKM apabila dilengkapi dengan menu atau fitur khusus yang memuat profil usaha secara terstruktur. Pemanfaatan *website* sebagai sarana digital marketing sekaligus perancangan profil desa, sekolah, dan UMKM telah menunjukkan bahwa integrasi berbagai informasi dalam satu platform mampu meningkatkan potensi lokal secara lebih optimal (Nasution and Al-Khowarizmi 2024). Hal serupa juga terlihat pada perancangan sistem informasi profil kelurahan yang sekaligus berfungsi sebagai media digitalisasi promosi UMKM berbasis *website*, yang membuktikan bahwa penyajian profil usaha secara sistematis dapat memperkuat efektivitas promosi digital (Rezky et al. 2025).

Beragam penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu telah membahas pengembangan website berbasis desa maupun UMKM dari berbagai sudut pandang. Sebagian berfokus pada pembuatan website untuk pemasaran produk UMKM tertentu (Septarina et al. 2023), sebagian lain menitikberatkan pada pembangunan website desa sebagai sarana digitalisasi administratif (Effendy et al. 2023; Hardika et al. 2024), sementara yang lain mengembangkan website dengan penekanan pada *branding*, SEO, atau pelatihan *e-commerce* sebagai strategi peningkatan visibilitas dan kapasitas ekonomi pelaku usaha (Maharani et al. 2026; Setiawan et al. 2025; Wardana et al. 2025).

Meskipun topik pembahasannya beragam, penelitian-penelitian tersebut memiliki kesamaan mendasar, yaitu keyakinan bahwa *website* merupakan instrumen efektif untuk mendukung promosi UMKM dan tata kelola informasi desa. Perbedaannya terletak pada objek dan cakupan pengembangan: sebagian besar kegiatan mengembangkan *website* UMKM sebagai platform tersendiri yang terpisah dari website resmi desa (Mahbub et al. 2025; Septarina et al. 2023; Wulan et al. 2025), sementara kegiatan lain mengembangkan *website* desa namun belum secara khusus mengintegrasikan profil UMKM sebagai menu utama yang dikelola berkelanjutan oleh perangkat desa (Effendy et al. 2023; Hardika et al. 2024).

Berdasarkan sintesis tersebut, dapat diidentifikasi *research gap* berupa masih terbatasnya kegiatan pengabdian yang secara khusus mengintegrasikan menu profil UMKM ke dalam satu *website* desa resmi, sekaligus disertai pelatihan pengelolaan berkelanjutan (login admin, tambah, ubah, hapus

data, dan unggah foto) bagi perangkat desa itu sendiri, dan bukan sekadar serah terima sistem yang dikelola pihak ketiga.

Novelty kegiatan pengabdian ini terletak pada penggabungan tiga aspek sekaligus dalam satu rangkaian kegiatan yang utuh, yaitu: (1) pendataan profil UMKM secara sistematis, (2) integrasi menu UMKM ke dalam satu *website* resmi Desa Sungai Petai (bukan *platform* terpisah), dan (3) pelatihan pengelolaan *website* secara langsung kepada perangkat desa agar informasi UMKM dapat diperbarui secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan *website* Desa Sungai Petai yang memuat informasi UMKM sebagai media promosi digital, serta meningkatkan kemampuan perangkat desa dalam mengelola informasi tersebut secara mandiri dan berkelanjutan.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh mahasiswa Kelompok 80 Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Bengkulu di Desa Sungai Petai, Kecamatan Talo Kecil, Kabupaten Seluma dengan sasaran utama Pemerintah Desa Sungai Petai, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta masyarakat desa. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap melalui enam tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu identifikasi kebutuhan, pendataan UMKM, pengembangan website desa, publikasi profil UMKM, sosialisasi website desa, dan pelatihan pengelolaan website.

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan, yang dilakukan melalui diskusi bersama pemerintah desa untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi yang akan disajikan pada *website*, termasuk kebutuhan penyediaan media promosi digital bagi UMKM. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam menentukan struktur, fitur, dan konten *website* yang akan dikembangkan.

Tahap kedua adalah pendataan UMKM, yaitu kegiatan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara langsung dengan pelaku usaha. Data yang dihimpun meliputi nama usaha, nama pemilik, kategori usaha, produk unggulan, deskripsi usaha, serta dokumentasi foto usaha. Data tersebut menjadi bahan utama dalam penyusunan profil UMKM yang akan dipublikasikan pada website desa.

Tahap ketiga adalah pengembangan *website* desa, yang meliputi perancangan tampilan antarmuka, penyusunan struktur navigasi, serta pengembangan menu khusus UMKM sebagai bagian dari website resmi Desa Sungai Petai. *Website* dirancang agar mampu menyajikan informasi desa sekaligus menjadi media promosi digital bagi UMKM secara terintegrasi.

Tahap keempat adalah publikasi profil UMKM, yaitu proses memasukkan seluruh data UMKM yang telah dihimpun ke dalam menu UMKM pada *website* desa. Setiap profil usaha disusun secara sistematis sehingga informasi mengenai usaha dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat maupun calon konsumen. Tahap ini memastikan seluruh data yang telah dikumpulkan dapat dipublikasikan melalui media digital secara terpusat.

Tahap kelima adalah sosialisasi *website* desa kepada masyarakat dan perangkat desa. Kegiatan ini bertujuan memperkenalkan fungsi dan fitur *website* sebagai media informasi desa sekaligus sarana promosi digital UMKM. Pada tahap ini peserta diberikan penjelasan mengenai cara mengakses website, mengenal menu-menu yang tersedia, serta memanfaatkan *website* untuk memperoleh informasi desa dan mengenalkan produk UMKM kepada masyarakat yang lebih luas.

Tahap keenam adalah pelatihan pengelolaan *website* yang ditujukan kepada perangkat desa sebagai pengelola utama *website*. Materi pelatihan meliputi login administrator, penambahan data UMKM, pengeditan informasi, penghapusan data, unggah foto, serta pembaruan informasi. Pelatihan dilaksanakan secara praktik langsung sehingga perangkat desa memperoleh kemampuan untuk mengelola dan memperbarui konten *website* secara mandiri guna mendukung keberlanjutan pemanfaatan *website* desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendataan UMKM

Pendataan UMKM merupakan tahapan awal yang dilakukan untuk menghimpun informasi sebagai dasar penyusunan konten website Desa Sungai Petai. Kegiatan ini dilaksanakan melalui observasi

dan wawancara langsung dengan pelaku usaha untuk memperoleh data berupa nama usaha, nama pemilik, kategori usaha, produk unggulan, deskripsi usaha, serta dokumentasi foto. Data yang diperoleh kemudian diverifikasi dan disusun secara sistematis agar dapat dipublikasikan pada menu UMKM di *website* desa. Proses pendataan ini penting untuk memastikan informasi yang ditampilkan akurat dan sesuai dengan kondisi usaha di lapangan. Pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian Surya Wirana Rezky et al. (2025) yang menyatakan bahwa penyusunan profil usaha secara sistematis merupakan langkah penting dalam mendukung digitalisasi promosi UMKM berbasis *website*.



Gambar 1. Proses Pendataan UMKM di Desa Sungai Petai

Hasil pendataan menunjukkan bahwa terdapat 14 UMKM yang berhasil didokumentasikan dan selanjutnya dipublikasikan melalui *website* Desa Sungai Petai. Data UMKM yang berhasil dihimpun disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar UMKM Desa Sungai Petai

No	Nama UMKM	Produk
1	Seblak Prasmanan Bunda Kelvin	Kuliner
2	Warung Ili Kusumawati	Sembako
3	Warung Erin	Sembako
4	Warung Mak Raisa	Sembako
5	Warung Faisal	Sembako
6	Warung Oyon	Sembako
7	Warung Oki Fajri	Sembako
8	Warung Wet	Sembako
9	Warung Mak Zara	Sembako
10	Warung Sumini	Sembako
11	Warung Asnawi	Sembako
12	TBS Bobby	Sawit
13	TBS Diah	Sawit
14	Toke Gio	Durian

Sumber: Hasil pendataan kelompok KKN 80 (2026)

Data hasil pendataan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan profil UMKM pada *website* desa sehingga setiap pelaku usaha memiliki informasi yang tersaji secara lengkap dan seragam. Penyajian data yang terstruktur tidak hanya memudahkan proses pengelolaan konten *website*, tetapi juga mendukung penyampaian informasi usaha kepada masyarakat secara lebih efektif. Hal ini sejalan dengan Wulan et al. (2025) yang menjelaskan bahwa kelengkapan informasi usaha pada *website* berperan penting dalam mendukung efektivitas promosi digital.

2. Pengembangan *Website* Desa

Kegiatan pengembangan *website* Desa Sungai Petai menghasilkan sebuah *website* yang berfungsi sebagai media informasi resmi desa sekaligus wadah promosi digital bagi UMKM lokal. *Website* dirancang dengan struktur navigasi yang sederhana sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi desa, seperti profil desa, berita, layanan, serta menu khusus UMKM. Pengembangan *website* diawali dengan perancangan struktur navigasi dan antarmuka yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi yang telah diidentifikasi bersama pemerintah desa.

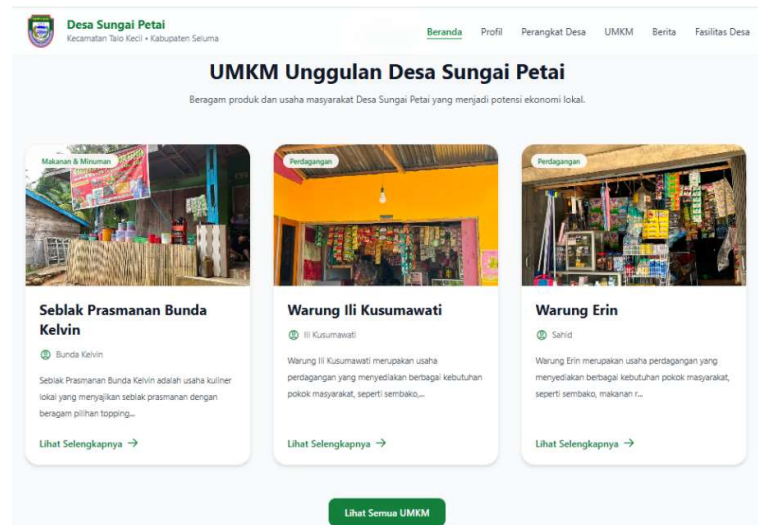


Gambar 2. Halaman Utama *Website* Desa Sungai Petai

Keberadaan *website* desa memberikan manfaat berupa penyediaan informasi yang lebih transparan, terpusat, dan mudah diakses dibandingkan metode penyampaian informasi secara konvensional. Website ini juga menjadi media yang menghubungkan informasi pemerintahan desa dengan potensi ekonomi lokal dalam satu *platform*. Hasil tersebut sejalan dengan temuan Hardika et al. (2024) yang menyatakan bahwa *website* desa berperan sebagai sarana digitalisasi dalam memperkuat tata kelola informasi di tingkat desa. Namun demikian, keberhasilan implementasi *website* tidak hanya ditentukan oleh proses pengembangannya, tetapi juga oleh kesiapan perangkat desa dalam mengelola dan memperbarui informasi secara berkelanjutan sebagaimana dikemukakan oleh Effendy et al. (2023). Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pembangunan website, tetapi juga disertai dengan peningkatan kapasitas pengelolanya.

3. Pengembangan Menu UMKM

Menu UMKM dikembangkan sebagai bagian integral dari *website* Desa Sungai Petai, memuat informasi setiap usaha secara terstruktur berupa foto usaha, kategori usaha, nama usaha, nama pemilik, produk unggulan, deskripsi usaha, dan kontak (jika tersedia). Struktur informasi ini dirancang agar pengunjung *website* dapat memperoleh gambaran usaha secara cepat dan menyeluruh hanya melalui satu halaman.

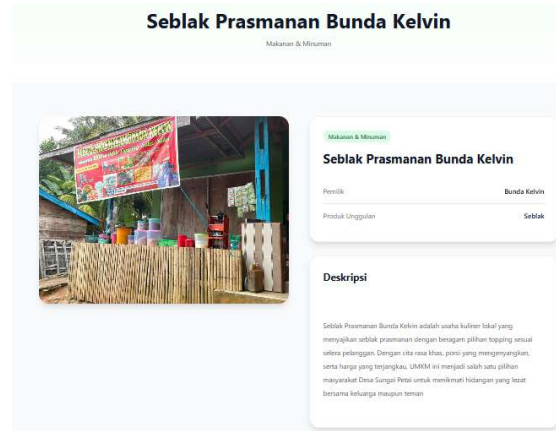


Gambar 3. Menu UMKM

Pengembangan menu UMKM menjadi salah satu inovasi utama dalam kegiatan ini karena mampu mengintegrasikan informasi pemerintahan desa dengan promosi produk lokal dalam satu *website*. Pendekatan tersebut mendukung pemanfaatan *website* sebagai media digital marketing sekaligus media informasi desa sebagaimana dikemukakan oleh Mutiara Akbar Nasution (2024). Berbeda dengan beberapa kegiatan sebelumnya yang mengembangkan *website* UMKM secara terpisah dari *website* desa (Wulan et al. 2025), kegiatan ini mengintegrasikan seluruh informasi dalam satu *website* resmi sehingga memudahkan masyarakat mengakses informasi desa dan UMKM secara bersamaan.

4. Publikasi Profil UMKM

Setelah menu UMKM selesai dikembangkan, seluruh data hasil pendataan diintegrasikan ke dalam website Desa Sungai Petai. Setiap UMKM dipublikasikan dalam bentuk profil usaha yang memuat informasi berupa nama usaha, nama pemilik, kategori usaha, produk unggulan, deskripsi usaha, dokumentasi foto, serta informasi kontak apabila tersedia. Penyajian profil dengan format yang seragam bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai produk dan usaha yang ada di Desa Sungai Petai.



Gambar 4. Profil Salah Satu UMKM

Publikasi profil UMKM melalui *website* desa merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan promosi produk lokal. Informasi yang sebelumnya hanya dikenal oleh masyarakat sekitar kini dapat diakses secara lebih luas melalui media daring, sehingga berpotensi meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Selain itu, keberadaan profil usaha yang terdokumentasi secara digital juga membantu pemerintah desa dalam menyajikan informasi potensi ekonomi lokal secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan Septarina et al. (2023) yang menyatakan bahwa *website* dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran digital untuk memperluas jangkauan promosi UMKM, serta Surya Wirana Rezky et al. (2025) yang menjelaskan bahwa digitalisasi profil usaha melalui *website* mampu meningkatkan aksesibilitas informasi sekaligus memperkuat identitas digital UMKM.

5. Sosialisasi Website Desa

Setelah proses pengembangan *website* desa dan input data UMKM selesai dilaksanakan, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi *website* kepada masyarakat dan perangkat desa. Pada kegiatan ini, website Desa Sungai Petai diperkenalkan sebagai media informasi desa sekaligus sarana promosi digital bagi UMKM lokal. Peserta diberikan penjelasan mengenai berbagai fitur yang tersedia, seperti profil desa, berita desa, layanan, dan menu UMKM, serta diperlihatkan cara mengakses website sehingga informasi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat.



Gambar 5. Sosialisasi *Website* Desa

Sosialisasi menjadi tahapan penting dalam implementasi *website* karena keberhasilan pemanfaatan teknologi tidak hanya ditentukan oleh tersedianya sistem, tetapi juga oleh tingkat pemahaman pengguna terhadap fungsi dan cara penggunaannya. Melalui kegiatan ini, masyarakat memperoleh pemahaman mengenai manfaat *website* sebagai media informasi desa dan promosi digital UMKM, sedangkan pelaku UMKM memperoleh wawasan mengenai pentingnya keberadaan identitas digital untuk memperluas jangkauan promosi produk. Dengan demikian, *website* yang telah dikembangkan tidak hanya menjadi luaran kegiatan, tetapi juga mulai dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber informasi desa.

6. Pelatihan Pengelolaan *Website*

Kegiatan selanjutnya berupa pelatihan pengelolaan *website* yang ditujukan kepada perangkat desa sebagai pengelola utama *website*. Pelatihan dilaksanakan secara praktik langsung menggunakan halaman administrator *website* sehingga peserta dapat mencoba setiap tahapan pengelolaan, mulai dari login administrator, menambahkan data UMKM, mengubah informasi, menghapus data, hingga mengunggah foto dan memperbarui informasi pada *website*.



Gambar 6. Pelatihan Pengelolaan *Website*

Melalui pelatihan ini, perangkat desa memperoleh kemampuan dasar untuk mengelola *website* secara mandiri tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pihak pengembang. Hal ini penting mengingat keberlanjutan pengelolaan *website* sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia di tingkat desa, sebagaimana ditegaskan dalam kegiatan pelatihan penggunaan *website* Desa Indrapura yang menunjukkan bahwa pendampingan teknis pascapembangunan sistem menjadi faktor penentu keberlanjutan pemanfaatan *website* (Effendy et al., 2023). Urgensi pelatihan serupa juga terlihat pada kegiatan peningkatan ekonomi lokal melalui digitalisasi UMKM dan wisata desa, yang menegaskan bahwa penguatan kapasitas pengelola merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keberhasilan program digitalisasi berbasis *website* (Mahbub et al., 2025).

7. Manfaat Kegiatan

Berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, pengembangan *website* Desa Sungai Petai memberikan beberapa manfaat bagi pemerintah desa maupun pelaku UMKM. *Website* menyediakan media informasi desa yang lebih mudah diakses oleh masyarakat sekaligus menjadi sarana promosi digital bagi UMKM melalui penyajian profil usaha secara terintegrasi. Selain itu, perangkat desa memperoleh kemampuan untuk mengelola dan memperbarui informasi *website* secara mandiri sehingga keberlanjutan pengelolaan *website* dapat terjaga.

Keberadaan *website* juga memperkuat identitas digital UMKM Desa Sungai Petai serta memperluas peluang promosi produk kepada masyarakat yang lebih luas. Hasil tersebut sejalan dengan Setiawan et al. (2025) yang menyatakan bahwa *website* mampu memperkuat *branding* produk UMKM, serta mendukung konsep *smart village* berbasis pemberdayaan masyarakat sebagaimana dijelaskan oleh Zuhriyah et al. (2026). Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa *website* desa, tetapi juga meningkatkan kapasitas pemerintah desa dalam mengelola media informasi digital secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan *website* Desa Sungai Petai yang dilengkapi menu UMKM sebagai media informasi dan promosi produk lokal. Melalui tahapan identifikasi

kebutuhan, pendataan UMKM, pengembangan *website*, input data, sosialisasi website serta pelatihan pengelolaan website kepada perangkat desa, informasi UMKM dapat dipublikasikan dan diperbarui secara mandiri sehingga mendukung keberlanjutan pengelolaan website ke depan. Kegiatan ini menegaskan bahwa integrasi menu UMKM ke dalam satu *website* desa resmi, disertai penguatan kapasitas pengelola, merupakan strategi yang efektif untuk mendorong digitalisasi UMKM berbasis desa secara berkelanjutan.

Disarankan agar perangkat desa secara rutin memperbarui informasi UMKM pada *website*, menambah jumlah UMKM yang terdaftar, serta mempertimbangkan pengembangan fitur tambahan seperti katalog produk yang lebih interaktif atau integrasi dengan media sosial guna memperluas jangkauan promosi. Selain itu, pendampingan lanjutan dari pihak pelaksana pengabdian juga diperlukan pada periode awal pascapelatihan untuk memastikan perangkat desa benar-benar mampu mengelola *website* secara mandiri dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Sungai Petai, Kecamatan Talo Kecil, Kabupaten Seluma yang telah memberikan dukungan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Bengkulu melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Irman, Ahmad Mutatkin Bakti, Ahmad Syazili, and A. Haidar Mirza. 2023. "Pelatihan Penggunaan Website Desa Indrapura." *JKMBD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Darma* 3(2):123–28.
- Hardika, Bangun Dwi, Suheryanto, Imam Solikin, Yudi Abdul Majid, Rafaely Audrey N.D, Visensius Angga P, Tipran Yikwa, Depri Ariansyah, Amelia Vega, Puja Dwi Lestari, Refki Hefringgo, Faisal Bimantara, Bunga Chantika, and Eric Maulana. 2024. "Pembuatan Website Desa Sebagai Sarana Digitalisasi Informasi Dan Promosi Potensi Desa." *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri* 8(4):1–8.
- Maharani, Nathania Priskila, Nawang Fadia, Ismi Aulia, and Mochammad Yuda Prastagha. 2026. "Optimalisasi Digitalisasi UMKM Desa Sumorame Melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Pelatihan E-Commerce." *ABDI NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(2023):159–69.
- Mahbub, Ali Rido, Aziziyah Annur Arofah, Millatul Azizah, Rima Melati Septilia, Isholil Khairi Arifillah, Jonathan Bimby, Aji Saputra, Fahmi Aminullah, and Buana Negara. 2025. "Peningkatan Ekonomi Lokal Melalui S-CONNECT: Website Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Serta Wisata Desa Sawaran Lor." *DEDIKASI SAINTEK: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(3):293–304.
- Nasution, Mutiara Akbar, and Al-Khowarizmi. 2024. "Meningkatkan Potensi Lokal Melalui Website Dan Digital Marketing. Perancangan Website Desa, Sekolah, UMKM." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Larisma (JPML)* 1(2):56–61.
- Rezky, Surya Wirana, Siti Fatonah, Ilham Dwi Nurohman, and Asyirof Sayfudin. 2025. "Perancangan Sistem Informasi Profile Kelurahan Dan Digitalisasi Promosi Umkm Berbasis Website (Studi Kasus: Kelurahan Desa Tinggar, Kecamatan Curug, Kota Serang)." *JURMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1):49–66.
- Septarina, Linda, Lukmanul Hakim, Ochi Marshella Febriani, and Faddolli Azim. 2023. "Pelatihan Pembuatan Website Untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri." *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(2).
- Setiawan, Amiruddin, Moch Irwan Hermanto, Muhamad Reza Pahlevi, Reika Dewi Fauziah, and Sarah Nurul Azmi. 2025. "Pembuatan Website Desa Lembang Untuk Branding Dan Promosi UMKM." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(3):2221–30.
- Wardana, Azna Abrory, Mikyal Aqilah Hanum, and Fikri Hamdani. 2025. "Pengembangan Ekonomi Desa Melalui Pembuatan Website Umkm Pada Era Digital Dengan Menerapkan Search Engine Optimization (Seo) Untuk Meningkatkan Visibilitas Umkm Desa

Karangpranti Di Mata Publik.” *Jurnal Pengabdian UMKM* 4(1):10–15.

Wulan, Nur, Muhammad Syarif Abdillah, Dicky Andreas Sitorus, Wahyu Pratama, Ilham Fauzi, Renaldy Harahap, Universitas Harapan, Medan Program, and Studi Teknik. 2025. “Pengabdian Masyarakat Pembuatan Website Umkm Oleh-Oleh Tiga Putri.” *JAPAMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(1):1–10.

Zuhriyah, Aminatuz, Minnatin Charizah, Walidini Syaihul Huda, Muhammad Faishol Amrulloh, Ahmad Zulham, and Fahamsyah Havy. 2026. “Transformasi Digital Desa Melalui Pengelolaan Website Dan Pemberdayaan UMKM.” *INFORMATIKA: JURNALPENGABDIAN MASYARAKAT* 7(1):59–69.