



## Pelatihan Pembuatan Website E-Commerce Bagi UMKM

Jhonson Efendi Hutagalung<sup>1\*</sup>, Adi Panca Pamungkas<sup>2</sup>, Afni Haliza Zaen<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Program Sistem Komputer, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

<sup>2,3</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Program Sistem Informasi, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>jhonsonefendi75@gmail.com, <sup>2</sup>adipancapamungkas@gmail.com, <sup>3</sup>afnihalizazaen@gmail.com

Email Coressponding Author: jhonsonefendi75@gmail.com

**Abstrak**-Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Internet memberikan kemudahan akses informasi dan komunikasi global, sehingga membuka peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka melalui *website*. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi ini karena keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan pembuatan *website e-commerce* sederhana untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman tentang digital marketing dan langkah-langkah praktis dalam pembuatan *website e-commerce* menggunakan bahasa pemrograman PHP serta aplikasi *Visual Studio Code*. Tahapan pembuatan meliputi pembuatan *fitur* dasar seperti *home*, tampilan produk, pemesanan, pengiriman, hingga *fitur* komunikasi dengan pelanggan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelaku UMKM dapat memahami pentingnya *website* dalam pemasaran digital, memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, serta mempermudah manajemen usaha. Pelatihan ini diharapkan berkontribusi pada percepatan pertumbuhan UMKM di era teknologi digital dan membantu membangun ekonomi nasional.

**Kata Kunci:** UMKM, Pelatihan, Website, E-Commerce, Teknologi

**Abstract**-The development of technology and information has brought significant changes to various aspects of life, including the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector. The internet provides easy access to global information and communication, creating opportunities for MSMEs to utilize digital technology in marketing their products through websites. However, many MSME actors have not yet leveraged this technology due to limited knowledge. Therefore, a training program on creating simple e-commerce websites was conducted to help MSMEs enhance their competitiveness and business sustainability. This study aims to provide an understanding of digital marketing and practical steps for developing e-commerce websites using the PHP programming language and the Visual Studio Code application. The development stages include creating basic features such as a home page, product display, ordering system, shipping, and customer communication tools. The results of the training show that MSME actors can understand the importance of websites in digital marketing, expand market reach, increase sales, and simplify business management. This training is expected to contribute to accelerating MSME growth in the digital era and supporting the development of the national economy.

**Keywords:** SMEs, Training, Website, E-Commerce, Technology

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, sejak ditemukannya internet dunia mengalami perubahan yang besar dalam hal akses informasi dan komunikasi (Fricticarani et al., 2023). Internet sudah membuka peluang baru untuk mendapatkan informasi secara cepat dan efisien, tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Dalam bidang komunikasi, internet menghubungkan individu, kelompok, dan komunitas dari berbagai belahan dunia, menciptakan jaringan global yang sebelumnya tidak terbayangkan. Dampaknya tidak hanya terasa dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga pada sektor pendidikan, pemerintahan, budaya dan bisnis. Perubahan yang terjadi tidak hanya membawa kemudahan, tetapi juga tantangan baru yang memerlukan adaptasi dan pemahaman yang mendalam. Dari peran ini, teknologi mampu mengembangkan dan memajukan serta meningkatkan daya saing UMKM sehingga dapat bermanfaat bagi pengguna atau pelaku usaha (Riefnaldi et al., 2021). UMKM adalah salah satu jenis usaha kecil yang memiliki peran besar dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat (S. Al Farisi et al., 2022). Dengan kemajuan teknologi saat ini dapat di manfaatkan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya yaitu dengan membangun *website*. *Website* atau web adalah sekumpulan halaman yang berisi informasi dalam bentuk data digital yang disediakan dari jalur koneksi internet (A. Farisi et al., 2022). Halaman *website* dapat ditampilkan bisa melalui beberapa browser seperti Google Chrome, Opera, Mozilla Firefox, UC Browser dan browser lainnya. Media promosi yang dilakukan dengan pemanfaatan internet melalui *website*, diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM dalam membangun usahanya agar lebih berkembang (Aulianita et al., 2022). Pada era perkembangan teknologi yang semakin maju dan canggih seperti sekarang ini, para pelaku usaha atau pelaku UMKM di tuntut untuk mengikuti kemajuan dari internet agar dapat bersaing dan mengembangkan serta mempertahankan usahanya. Melalui *website*, para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya, hal ini sangat efektif dan efisien dikarenakan para pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah, dapat meningkatkan pendapatan, dapat menghemat waktu dan produk dikenal oleh masyarakat luas (Riska Utami & Achmad Fauzi, 2023). Namun, masih banyak para pelaku UMKM yang belum memanfaatkan *website* sebagai media pemasaran produk mereka dikarenakan keterbatasan pengetahuan dalam membuat *website* (Septarina et al., 2023). Maka dari itu sangat diperlukannya pelatihan yang mendalam dari pembuatan *website* kepada para pelaku usaha atau pelaku UMKM.

Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pelatihan Pembuatan *Website E-Commerce* bagi UMKM". Tujuan dari penelitian ini adalah membantu para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya agar lebih maju

dan memberikan pemahaman dalam digital *marketing*, serta melakukan pelatihan pembuatan *website* sederhana kepada pelaku UMKM. Adapun manfaat yang di dapat melalui pelatihan pembuatan *website E- Commerce* bagi UMKM ini adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dalam pemasaran digital, memperluas pangsa pasar, peningkatan penjualan, peningkatan customer, produk yang dijual atau nama usaha dikenal masyarakat luas, manajemen usaha lebih mudah dan cepat, meringankan pekerjaan pelaku UMKM dan lain-lain.

Dalam pelatihan ini, para pelaku UMKM diberikan pemahaman tentang pentingnya *website* sebagai sarana penjualan dan pemasaran produk serta para pelaku UMKM diberikan tahap tahap dalam pembuatan *website* yang sederhana (Suryadi et al., 2024). Dalam membangun sebuah *website* harus memiliki rancangan sistem yang akan dibuat, bahasa pemrograman yang akan digunakan, aplikasi yang dapat membantu dalam pembuatan *website* dan pengujian *website* serta hosting *website*. Untuk bahasa pemrograman memiliki beberapa bahasa yaitu : Html, PHP, C++, Python, *Visual Basic* dan sebagainya. Dalam pembuatan *website*, dapat dilakukan dengan beberapa aplikasi pemrograman diantaranya yaitu : *Visual Studio Code*, *Sublime Text*, *Figma*, *Netbeans* dan sebagainya. Pada pelatihan ini menggunakan bahasa pemrograman PHP serta aplikasi yang digunakan yaitu *Visual Studio Code*. Adapun tahap tahap pembuatan *website* yang diberikan kepada para pelaku usaha atau pelaku UMKM yaitu : tahap pertama dimulai dari pembuatan *fitur home/dashboard*, tahap kedua dilanjutkan dengan *fitur* tampilan produk, setelah itu tahap ketiga yaitu *fitur* pemesanan (*checkout*), lalu pada tahap ke empat dilanjutkan dengan *fitur* status pemesanan, pada tahap ke lima ada *fitur* produk atau barang dalam pengiriman, lalu tahap ke enam ada *fitur* penilaian produk serta *fitur* tampilan penilaian produk, setelah itu tahap ke tujuh ada *fitur* chat baik tampilan chat pada *customer* ataupun *admin*, lalu tahap ke delapan ada *fitur* pencarian produk, dilanjutkan dengan tahap ke sembilan ada *fitur* tambah produk, tahap ke sepuluh ada *fitur list* produk serta tahap ke sebelas atau tahap terakhir yaitu *fitur* hapus produk jika produk sudah habis atau stok tidak ada. Dari pelatihan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami pentingnya mengikuti perkembangan teknologi untuk mempertahankan usahanya agar tidak gulung tikar, membangun penjualan produk mereka agar lebih dikenal masyarakat luas, memanajemen usaha dengan mudah dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar secara *online* (Asrah et al., 2024).

## 2. KERANGKA TEORI

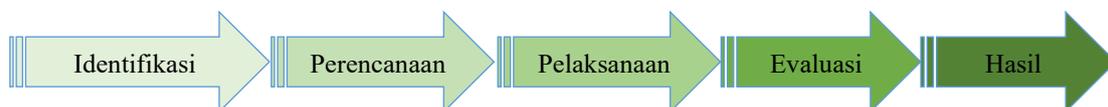
### 2.1. UMKM

UMKM berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah (Zahra, 2022). UMKM merupakan singkatan dari usaha mikro, kecil, dan menengah. menurut UU no 11 tahun 2020

### 2.2. E-Commerce

E-Commerce adalah suatu kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik atau berbasis teknologi digital (Yusvita Aprilyan et al., 2022). E-Commerce merupakan salah satu situs *website* yang menyediakan transaksi, belanja, dan berdagang secara online (Pramessti et al., 2023). Platform E-Commerce memiliki beberapa platform yang bisa digunakan untuk berbelanja secara online antara lain yaitu: marketplace, *website* dan media sosial. Dari beberapa platform tersebut yang paling banyak digunakan adalah marketplace dan *website* (Jabat et al., 2022).

## 3. METODE PELAKSANAAN



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Kegiatan penelitian ini dilakukan sesuai perencanaan yang ada pada gambar di atas, adapun tahap-tahap perencanaannya yaitu sebagai berikut :

1. Identifikasi: tahap ini adalah mengidentifikasi semua tugas yang akan dilaksanakan.
2. Perencanaan: tahap selanjutnya adalah membuat perencanaan untuk jadwal atau tugas yang akan dilakukan.
3. Pelaksanaan: pada tahap pelaksanaan ini dilakukan kegiatan tersebut sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat atau sudah di jadwalkan.
4. Evaluasi: tahap evaluasi pada kegiatan ini adalah melihat atau meninjau apakah kegiatan ini sudah berjalan sesuai dengan perencanaan, dan apakah kegiatan ini sudah bisa dikatakan berhasil atau tidak, serta apakah kegiatan ini bermanfaat bagi masyarakat dan pelaku usaha atau pelaku UMKM.

5. Hasil: tahap terakhir pada kegiatan ini adalah melihat hasil atau kesimpulan yang di dapat dari kegiatan tersebut.

Dalam gerakan ini, evaluasi program dilakukan untuk melihat sejauh mana tujuan kegiatan telah tercapai. Misalnya, para pelaku UMKM sudah memahami ilmu dalam pembuatan *Website E-Commerce* sederhana yang sudah disampaikan, pelaku UMKM paham cara menggunakan *website* dan paham cara memasarkan produk dari *website*, serta paham cara berinteraksi dengan pelanggan.

## 4. HASIL

### 4.1 Tampilan Awal (*Home*)

Setelah melakukan akses ke *website*, tampilan awal dari *website* ini adalah *home* yang mana langsung ditampilkan dengan gambar yang berupa logo dari nama usahanya yaitu “*HandyCrafts*”. Terdapat juga *fitur-fitur* lain yang ada pada *website* ini yaitu : *fitur* produk, hubungi, pesanan saya, dan pencarian produk serta *admin*.



Gambar 2. Tampilan Awal (*Home*)

### 4.2 Tampilan Produk

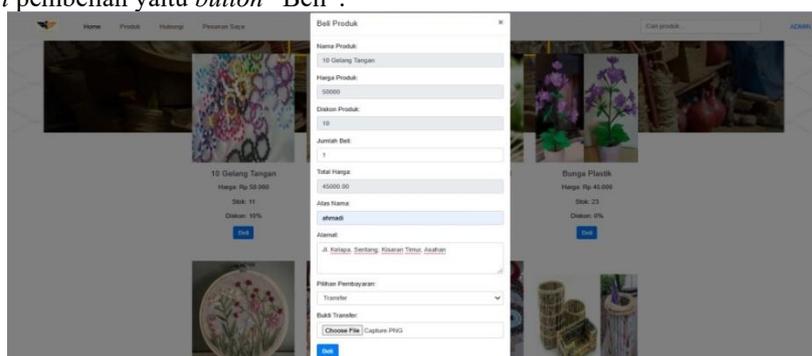
Setelah membuka *fitur* produk, maka akan sistem akan menampilkan gambar produk-produk dijual beserta dengan nama produknya, harga, stok dan juga diskon yang akan didapat jika membeli produk tersebut yang mana setiap produk memiliki diskon berbeda-beda serta terdapat juga *button* “*Beli*” pada masing-masing produk.



Gambar 3. Tampilan Produk

### 4.3 Tampilan Pemesanan (*Checkout*)

Setelah memutuskan untuk beli dan menekan *button* “*Beli*”, maka akan tampil *form* pemesanan yang mana pada *form* tersebut terdapat nama, harga, diskon, jumlah beli, total harga, nama *customer*, alamat, pilihan pembayaran, bukti *transfer* dan *button konfirmasi* pembelian yaitu *button* “*Beli*”.



Gambar 4. Tampilan Produk

#### 4.4 Tampilan Status Pesanan (*Customer*)

Sistem menampilkan status pesanan pada *customer* setelah mengisi kebutuhan pengiriman produk dan menekan *button* beli sebagai tanda *konfirmasi* pembelian produk. Pada tampilan status pesanan terdapat nomor, nama produk, total harga, status dan *action*.

No	Nama Produk	Total Harga	Status	Action
1	10 Gelang Tangan	45000	Sedang Dikemas	

Gambar 5. Tampilan Status Pesanan

#### 4.5 Tampilan Pesanan Produk Sedang Dikemas (*Admin*)

Setelah *customer* menerima status pesanan nya, pada pihak *admin* menerima *detail* pesanan produk dari *customer* dan melakukan proses pengiriman barang dengan menekan *button* “Kirim”. Tetapi sebelum melakukan pengiriman barang pihak *admin* harus mengecek *detail* pesanan, nama *customer*, alamat dan bukti *transfer*.

No	Nama Produk	Jumlah Beli	Total Harga	Pilihan Pembayaran	Atas Nama	Alamat	Bukti Transfer / COD	Status	Action
1	10 Gelang Tangan	1	45000	Transfer	ahmadi	Jl. Kelapa, Sentang, Kisanan Timur, Asahan		Sedang Dikemas	Kirim

Gambar 6. Tampilan Pesanan Produk Sedang Dikemas

#### 4.6 Tampilan Produk Dalam Pengiriman (*Customer*)

*Customer* menerima info dari status pesanan nya “Dalam Pengiriman”, pada bagian ini *customer* dapat menekan *button*”Kirim” sebagai tanda *konfirmasi* status pesanan nya. Pada tampilan ini terdapat nomor, nama produk, total harga, status dan *action*.

No	Nama Produk	Total Harga	Status	Action
1	10 Gelang Tangan	45000	Dalam Pengiriman	Terima

Gambar 7. Tampilan Produk Dalam Pengiriman

#### 4.7 Tampilan Penilaian Produk

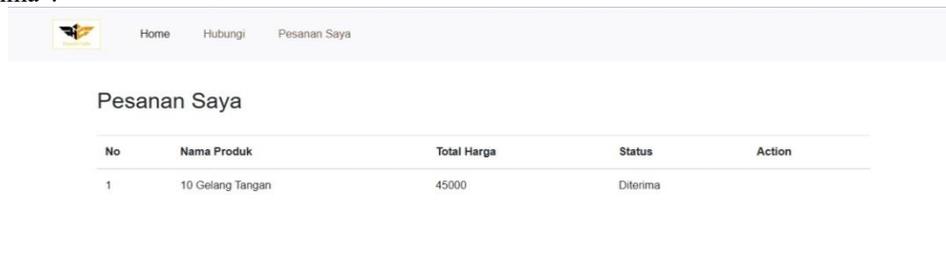
Pada penilaian produk terdapat bintang, kolom komentar dan *button* pengiriman nilai produk.



**Gambar 8.** Tampilan Penilaian Produk

#### 4.8 Tampilan Status Produk Diterima (*Customer*)

Setelah memberikan *rating* atau penilaian produk, *customer* menerima info status pesannya dari “Dalam Pengiriman” menjadi “Diterima”.



**Gambar 9.** Tampilan Status Produk Diterima

#### 4.9 Tampilan Akhir Pesanan Produk (*Admin*)

Perubahan tampilan pesanan produk yang sebelumnya “Sedang Dikemas” menjadi “Diterima”



**Gambar 10.** Tampilan Akhir Pesanan Produk

#### 4.10 Tampilan Hasil Penilaian Produk (*Admin*)

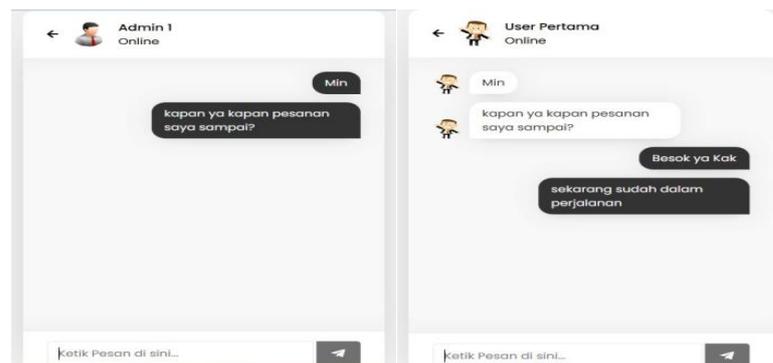
Tampilan hasil penilaian produk didapat dari *rating* atau penilaian produk yang sebelumnya diberikan oleh *customer*. Pada tampilan ini terdapat nomor, id pesanan, *rating* dan komentar.

No	ID Pesanan	Rating	Komentar
1	6254	5	Gelang nya cantik, Saya sangat puas

Gambar 11. Tampilan Hasil Penilaian Produk

#### 4.11 Tampilan Chat Customer dan Chat Admin

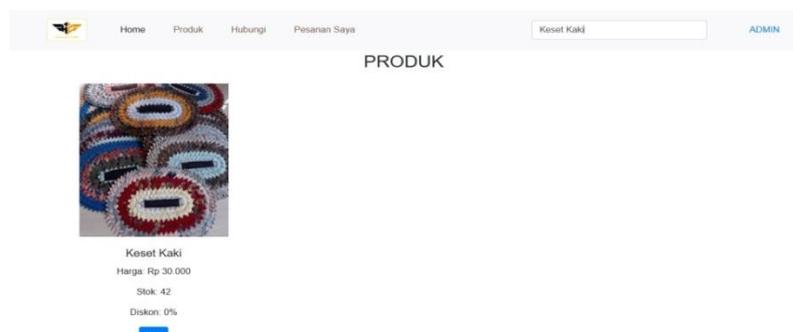
Pada tampilan ini *customer* bisa memulai percakapan kepada *admin* melalui fitur *chat* yang tersedia pada *website* dan juga *admin* dapat terhubung dengan *customer* serta dapat membalas pesan dari *customer*. Di tampilan *chat customer* terdapat nama *admin*, lalu status *admin*, dan terdapat tampilan percakapan *customer* ke *admin* serta terdapat kolom pengetikan pesan dan *button* kirim. Sebaliknya, pada tampilan *chat admin* terdapat nama *customer*, status *customer*, terdapat pesan masuk *customer*, dan terdapat kolom pengetikan pesan serta *button* kirim.



Gambar 12. Tampilan Chat Customer dan chat admin

#### 4.12 Tampilan Pencarian Produk (Customer)

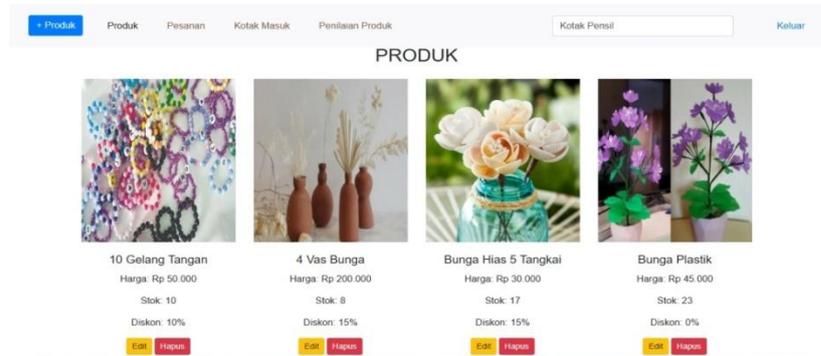
Selanjutnya tampilan pencarian produk atau kolom *search* produk. Pada tampilan ini terdapat fitur *home*, produk, hubungi, pesanan saya, kolom *search*, *admin* dan pada bagian isi terdapat nama produk, harga, stok, diskon, dan *button* beli.



Gambar 13. Tampilan Pencarian Produk

#### 4.13 Tampilan List Produk (Admin)

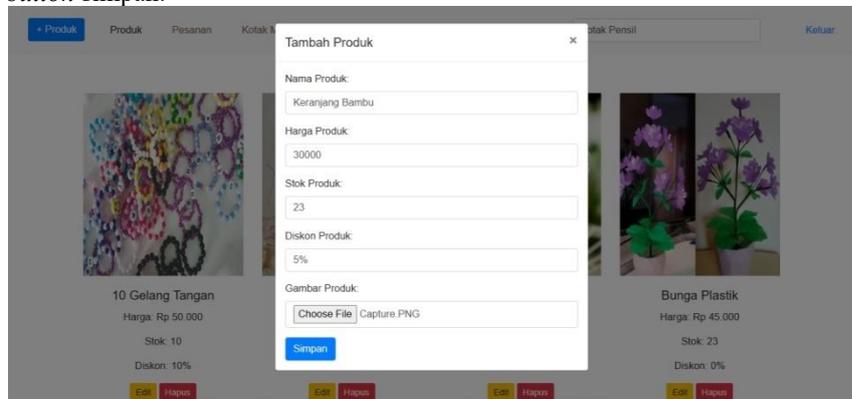
Pada tampilan *list* produk terdapat semua produk yang dijual, dimana sebelumnya produk-produk ini sudah di inputkan oleh *admin*. Pada tampilan ini terdapat fitur *home*, produk, hubungi, pesanan saya, kolom *search*, *admin*, dan untuk isinya terdapat nama produk, harga, stok, diskon dan *button edit* serta hapus.



Gambar 14. Tampilan *List* Produk

#### 4.14 Tampilan *Input* Produk (*Admin*)

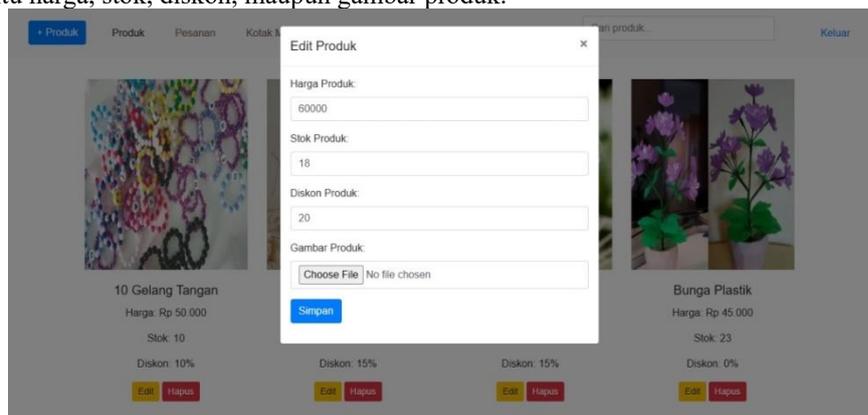
Tampilan berikutnya adalah *input* produk, pada bagian ini terdapat tambah produk, nama produk, harga, stok, diskon, gambar produk dan *button* simpan.



Gambar 15. Tampilan *Input* Produk

#### 4.15 Tampilan *Edit* Produk (*Admin*)

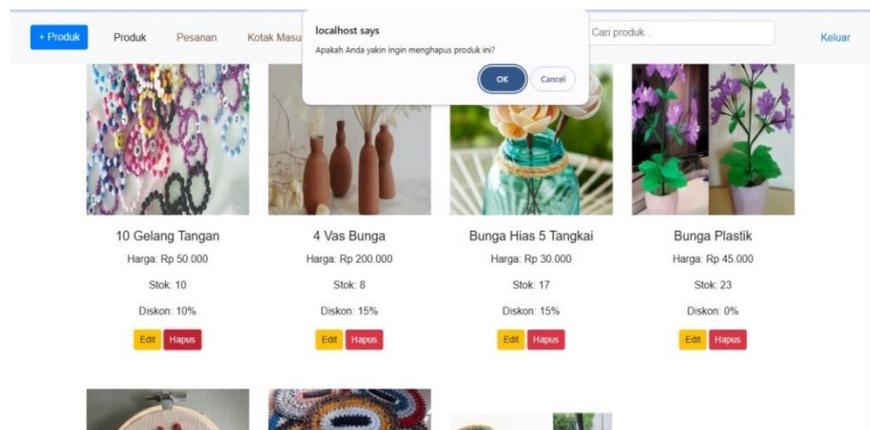
Pada tampilan ini terdapat *edit* produk yang mana admin dapat mengubah produk yang sudah di inputkan untuk diperbaharui baik itu harga, stok, diskon, maupun gambar produk.



Gambar 16. Tampilan *Edit* Produk

#### 4.16 Tampilan *Delete* Produk (*Admin*)

Terakhir ada tampilan *delete* atau hapus. Pada tampilan ini admin dapat menghapus produk apabila produk tersebut sudah tidak ada habis dan tidak ada stok.



Gambar 17. Tampilan Delete Produk

## 5. KESIMPULAN

*Website E-Commerce* memungkinkan maju dan berkembangnya UMKM di era teknologi yang sudah semakin canggih. Kegiatan pelatihan pembuatan *Website E-Commerce* kepada para pelaku usaha memberikan dampak yang sangat baik bagi kemajuan umkm di daerah dan memiliki banyak manfaat serta keuntungan bagi mereka. Dengan memberikan informasi dan pengetahuan terkini tentang kemajuan teknologi yang sangat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha, pelatihan ini juga telah berkontribusi dalam upaya percepatan pertumbuhan UMKM di Indonesia dan ikut serta dalam membangun ekonomi nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). *Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara*. 7(September).
- Aulianita, R., Nisa, K., Rakhmah, S. N., & Yunita, N. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Sederhana Dalam Pemasaran Produk dengan Aplikasi Joomla Bagi UMKM LPM Rempoa. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 6(1), 199–204. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v6i1.3544>
- Farisi, A., Rachmat, N., & Al Rivian, M. E. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Portal dengan Menggunakan Wordpress untuk Siswa/Siswi SMA Negeri 6 Palembang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 25–32. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1118>
- Fricitarani, A., Hayati, A., R, R., Hoirunisa, I., & Rosdalina, G. M. (2023). Strategi Pendidikan Untuk Sukses Di Era Teknologi 5.0. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Teknologi Informasi (JIPTI)*, 4(1), 56–68. <https://doi.org/10.52060/pti.v4i1.1173>
- Hidayat, A. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Jabat, D. E. B., Tarigan, L. L., Purba, M., & Purba, M. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 16–21.
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E – Commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 1(1), 88–97.
- Riefnaldi, A. R., Aranta, A., & Muaidi, M. (2021). Pembuatan Sistem Informasi Pengarsipan Surat Pada Kantor Desa Sandik Berbasis Website. *Jurnal Begawe Teknologi Informasi (JBegaTI)*, 2(2), 191–202. <https://doi.org/10.29303/jbegati.v2i2.557>
- Riska Utami, & Achmad Fauzi. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 90–94. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.663>
- Septarina, L., Hakim, L., Marshella Febriani, O., & Azim, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 150–153. <https://doi.org/10.32877/nr.v2i2.747>
- Suryadi, A., Hidayah, N., Sutono, E., Informatika, T., Pamulang, U., Puspipetek, J. R., Pamulang, K., Tangerang, K., Informatika, T., Pamulang, U., Puspipetek, J. R., Pamulang, K., & Tangerang, K. (2024). *PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE SEDERHANA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL UNTUK SISWA SMP NEGERI*. 2(6), 275–279.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 32. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria, dan Konsep UMKM. *Osfpreprints*, 90500120021, 1–13.