e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 255-260
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.165

Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website di Kabupaten Langkat

Heni Wulandari[1*], Suherman[2], Leni Marlina[3], Barany Fachri[4]

[1,2]Fakultas Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia
[3,4]Fakultas Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Sistem Komputer, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia
Email: [1*]heniwulandari04@gmail.com, [2]suherman7749@gmail.com, [3]lenimarlina@dosen.pancabudi.ac.id, [4]baranyfachri@dosen.pancabudi.ac.id
*Email Corresponding Author: heniwulandari04@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi kepada pihak Mitra "Risol Jiya" mengenai pentingnya sistem berbasis website dalam optimalisasi produk UMKM yang mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan website sebagai media promosi sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, informasi produk lebih mudah diakses oleh konsumen, serta mampu meningkatkan citra usaha dan daya saing produk di era digital serta mendukung peningkatan penjualan produk UMKM khususnya di Desa Pasar VI Kwala Mencirim Kabupaten Langkat. Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website dirancang dengan menggunakan metode waterfall dengan tahapan *Requirements definition*, *System and software design*, *Implementation and unit testing*, *Integration and system testing*, dan *Operation and maintenance*. Pelaksanaan pengabdian di Desa Pasar VI Kwala Mencirim Kabupaten Langkat memakai metode pendekatan dengan melakukan sosialisasi secara langsung kepada pihak Mitra pentingnya sistem berbasis website dalam pemasaran produk UMKM. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan selama 1 hari yaitu dengan melakukan beberapa aktivitas yang meliputi memberikan penjelasan proses penerapan sistem optimalisasi pemasaran produk UMKM berbasis website ke pihak Mitra yang meliputi halaman beranda, halaman produk, halaman dashboard testimoni dan halaman kontak dan alamat. Hasil kegiatan Sosialisasi di Desa Pasar VI Kwala Mencirim Kabupaten Langkat dapat dikategorikan 100% berjalan dengan lancar.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM, Website, Sosialisasi

Abstract

This community service initiative aims to raise awarness among the partner "Risol Jiya" regarding the importance of website-based system for optimizing UMKM products. The initiative seeks to enhance the ability of UMKM operators to utilize websites as promotional media, there by expanding martket reach, improving consumer access to product information, boosting the business's image and product competitiveness in the digital era, and ultimately increasing sales specially for UMKM in Pasar VI Kwala Mencirim Village, Langkat Regency. The website based marketing optimization system for UMKM products was designed using the waterfall method, comprising the stages of Requirements definition, system and software design, Implementation and unit testing, Integration and system testing, and Operation and maintenance. The implementation of the community service program in Pasar VI Kwala Mencirim Village Langkat Regency, employed an approach involving direct outreach to the partner regarding the importance of a website based system for marketing UMKM products. The outreach activity was conducted over the course of one day and involved several activities, including explaining the implementation process of the website based marketing optimization system for UMKM products to the partner this covered the homepage, product page, testimonial dashboard, and the contact and address page. The socialization activity in Pasar VI Kwala Mencirim Village, Langkat Regency can be categorized as having proceeded smoothly, with a 100% success rate.

Keywords: UMKM empowerment, Website, Socialization

Copyright © 2025 The Author(s). Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 255-260
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.165

1. PENDAHULUAN

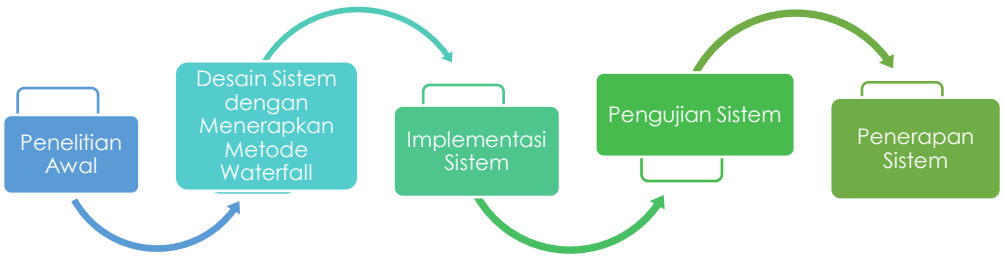
Perkembangan teknologi dan informasi telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Transformasi digital tidak hanya mengubah pola operasional usaha, tetapi juga mempengaruhi strategi pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi berbasis digital. Pemanfaatan website sebagai media pemasaran menjadi salah satu bentuk inovasi yang mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kredibilitas usaha, serta memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi produk secara cepat dan akurat. (Kadek Surya Adi Saputra, Ayu Chrisniyanti, I Nyoman Dwi Arysna Mahendra, Ni Putu Sinta Puspita Rani, & Fransiska Devita Aulia, 2025)

Risol Jiya merupakan salah satu mitra dalam kegiatan pengabdian yang beralokasi di Desa Pasar VI Kwala Mencirim Kabupaten Langkat yang merupakan UMKM yang bergerak pada bidang kuliner dengan produk utama berupa aneka risol yang dipasarkan kepada masyarakat sekitar. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan memiliki pelanggan tetap, sistem pemasaran yang diterapkan masih bersifat konvensional. Informasi mengenai produk, variasi menu, harga, maupun layanan pemesanan masih disampaikan melalui komunikasi langsung atau media sosial sehingga penyebaran informasi belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan sistem informasi berbasis website sebagai media promosi yang efektif sehingga pelaku UMKM mampu mengembangkan strategi pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian diatas, kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan sistem untuk optimalisasi pemasaran produk UMKM berbasis website di kabupaten Langkat diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan website sebagai media promosi sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, informasi produk lebih mudah diakses oleh konsumen, serta mampu meningkatkan citra usaha dan daya saing produk di era digital serta mendukung peningkatan penjualan produk UMKM di kabupaten Langkat.(Choiruddin & Hardiani, 2021)

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan tema “Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website” di Kabupaten Langkat memakai metode pendekatan dengan melakukan penelitian terlebih dahulu, kemudian dilakukan sosialisasi secara langsung dan menjelaskan kepada pihak mitra bagaimana Sistem Pemasaran Produk UMKM berbasis website ini dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan website sebagai media promosi sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, informasi produk lebih mudah diakses oleh konsumen, serta mampu meningkatkan citra usaha dan daya saing produk di era digital serta mendukung peningkatan penjualan produk UMKM di kabupaten Langkat. Metode pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM di kabupaten Langkat dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Metode Pendekatan yang Ditawarkan

Copyright © 2025 The Author(s). Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

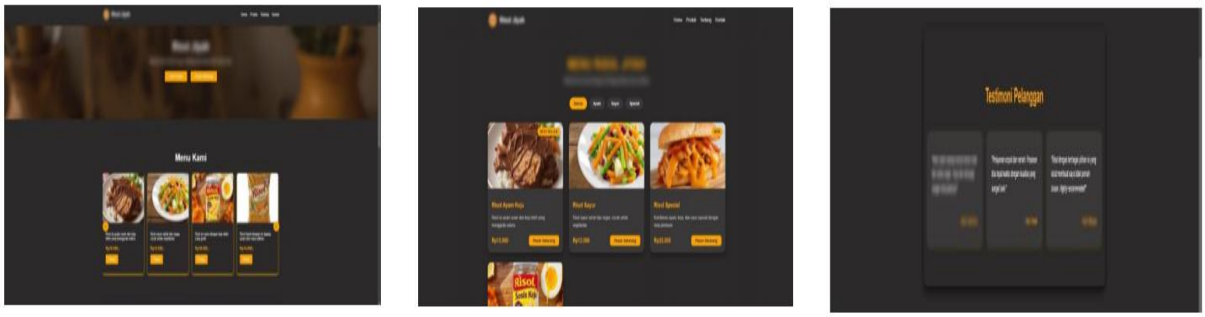
e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 255-260
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.165

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat dijelaskan beberapa metode pendekatan yang ditawarkan dalam pengadian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian Awal
   Pada tahap penelitian awal yaitu melakukan observasi dengan mengunjungi tempat mitra yaitu "Risol Jiya" di kabupaten Langkat, dan melakukan wawancara kepada pihak mitra untuk memperoleh data dan informasi sebagai bahan untuk rancang bangun sistem.
2. Desain Sistem dengan Menerapkan Metode *Waterfall*
   Pada tahap ini akan dilakukan proses desain sistem dimulai dari perancangan database, perancangan antar muka (*interface*), perancangan input dan perancangan output. Pada saat desain sistem menerapkan metode *waterfall* yaitu proses desain program secara *sekuential* atau terurut dimulai dari *requirement* (analisis kebutuhan), desain sistem (*system design*), *coding & testing*, penerapan program, dan pemeliharaan.(Wulandari, 2020)
3. Implementasi Sistem
   Pada tahap ini mengimplementasikan sistem berbasis website kepada pihak Mitra berdasarkan analisa data dan desain sistem pada tahap sebelumnya.
4. Pengujian Sistem
   Pada tahap ini dilakukan pengujian sistem untuk melihat sejauh mana Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website ini mampu membantu pihak mitra dalam meningkatkan citra usaha dan daya saing produk di era digital serta mendukung peningkatan penjualan produk UMKM.
5. Penerapan Sistem
   Pada tahap penerapan sistem yaitu melakukan Sosialisasi kepada Mitra di Desa Pasar VI Kwala Mencirim Kabupaten Langkat dengan menjelaskan bagaimana Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website ini dapat meningkatkan citra usaha dan daya saing produk di era digital serta mendukung peningkatan penjualan produk UMKM.

3. HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan tatap muka yaitu memberikan Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website. Kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website dirancang dengan melakukan beberapa tahapan yang meliputi penelitian awal, desain sistem dengan menggunakan metode waterfall, implementasi sistem, pengujian sistem, dan kegiatan sosialisasi. Adapun implementasi dari Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website dapat dilihat pada gambar berikut.



(a) (b) (c)

Gambar 1. Implementasi Sistem (a) Halaman Utama (b) Halaman Produk (c) Halaman Dashboard Testimoni

Copyright © 2025 The Author(s). Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 255-260
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.165

Hasil kegiatan pengabdian di Kabupaten Langkat secara garis besar dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini tercapai dengan baik. Ketercapaian kegiatan Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website ini dapat dilihat dari hasil kuesioner responden dan dokumentasi selama kegiatan. Adapun hasil kuesioner dan dokumentasi dapat dilihat pada gambar berikut.



(a)



(b)



(c)



(d)

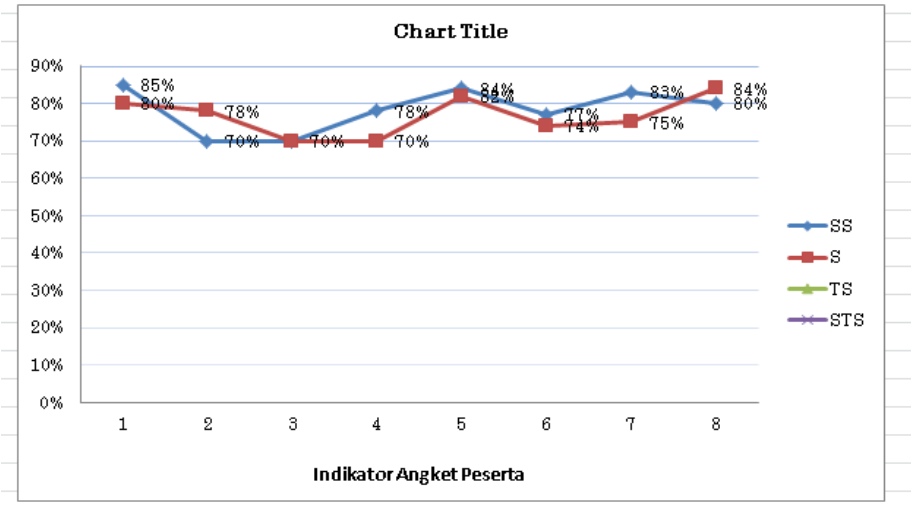


(e)

Gambar 2. Dokumentasi (a) Dokuemntasi dengan Mitra (b) Proses Pembuatan Risol (c) Pembuatan Kulit Risol (d) Outlet Mitra (e) dokumentasi di Desa Pasar VI Kwala Mencirim

Copyright © 2025 The Author(s). Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 255-260
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.165



Gambar 3. Persentasi Angket Peserta

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dengan tema "Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website" dapat disimpulkan bahwasanya sistem tersebut mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan website sebagai media promosi sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas, informasi produk lebih mudah diakses oleh konsumen, serta mampu meningkatkan citra usaha dan daya saing produk di era digital serta mendukung peningkatan penjualan produk UMKM.di kabupaten Langkat Hal ini dapat dilihat dari angket peserta dengan indikator angket peserta yaitu 84% menyatakan sangat setuju.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami panjatkan puji kepada Allah SWT atas terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang mengusung tema "Sosialisasi Sistem Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Website" di Kabupaten Langkat. Kami juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Pembangunan Panca Budi dan pihak Mitra atas dukungan, kerjasama, serta fasilitas yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan sukes.

6. REFERENSI

Afraah, S. M., Nugraheni, D. D., Haryanto, Z. I., & Artanto, B. (2025). Implementasi Digital Marketing Berbasis Website pada UMKM Kipas Banyu Biru untuk Mengembangkan Strategi Bisnis. *Journal of Approriate Technology for Community Services*, *6*(2), 112–124. https://doi.org/10.20885/jattec.vol6.iss2.art1

Choiruddin, & Hardiani, T. (2021). Implementation of Digital Marketing Strategy for Improving UMKM Website Promotion (Case Study: Rumah Mesin). *Procedia of Engineering and Life Science*, *1*(2), 1–6. https://doi.org/10.21070/pels.v1i2.1151

Dewi, A. R., & Sundari, S. (2026). Online Training on Simple Website Development for Micro , Small , and Medium Enterprises in Desa Kelambir 5, *2*(2), 154–160.

Dumalang, J. M., Lapihu, D., Informasi, S., & Ratulangi, U. S. (2023). Perancangan UI / UX Aplikasi Penjualan Makanan Berbasis Mobile pada UMKM di Kota Manado menggunakan metode Design Thinking,

Copyright © 2025 The Author(s). Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 255-260
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.165

2(September), 41–52.

Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(4), 892–896. https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525

Kadek Surya Adi Saputra, Ayu Chrisniyanti, I Nyoman Dwi Arysna Mahendra, Ni Putu Sinta Puspita Rani, & Fransiska Devita Aulia. (2025). Optimalisasi Website Dan Digital Marketing Untuk Peningkatan Produksi Dan Pemasaran UMKM Kilo Kalori. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, *5*(1), 36–50. https://doi.org/10.55606/jpkmi.v5i1.5905

Khotimah, S., Purwati, A. S., & Mayasari, V. (2026). Pelatihan Pembuatan Konten Marketing dalam Scaling Up " Wahana Candi " di Desa Karangkemiri Banyumas, *2*(1), 41–50.

Polgan, J. M., Murni, S. D., Wulandari, H., Wahyuni, S., Informasi, T., Pembangunan, U., & Budi, P. (2025). Perancangan UI / UX Pada Website Percetakan di PT . Ikhtiar Berkah Menggunakan Metode User Centered Design (UCD), *14*, 1199–1208.

Prayogi, Y. A., & Setiyawati, N. (2024). Perancangan Ui/Ux Pada Aplikasi E-Learning Umkm Salatiga Menggunakan Metode Design Thinking. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, *9*(1), 402–415. https://doi.org/10.29100/jipi.v9i1.4218

Putra, E., & Angriani, W. L. (2026). Sosialisasi dan Edukasi Pemanfaatan Sistem Informasi Digital Untuk Penguatan Ekonomi Syariah Pada UMKM Desa Besilam, *2*(2), 232–237.

Wulandari, H. (2020). Perancangan Sistem Informasi Pengolahan Data Akademik Pada SMK Madani Marendal I Berbasis Web, *2*(1), 128–134.

Copyright © 2025 The Author(s). Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)