



Penyelesaian Masalah Pemasaran Digital UMKM melalui Project-Based Learning Desain Website Responsif untuk Sekawan Coffee

Nursyakira^{1*}, Nova Putri Azuara², Amanda Ainul Fitri³, Rini Arvika Sari⁴, Andri Nofiar. Am⁵

^{1,2,3,4,5}Bisnis Digital, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bengkalis

*E-mail: nur896218@gmail.com.

Received: 2026-05-22

Revised: 2026-05-29

Accepted: 2026-05-30

Published: 2026-05-31

Abstract

Digital marketing has become an essential strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to expand their market reach and increase sales. However, Sekawan Coffee still faced limitations in promotional methods and had not utilized digital platforms optimally, which restricted their business growth. This community service activity aims to solve digital marketing problems by implementing the Project-Based Learning method to design a responsive website tailored to the characteristics and needs of Sekawan Coffee. The process included identification of problems, training on website design principles, hands-on practice in creating layouts and content, as well as testing the website's performance on various devices. The result of this activity is a responsive website that effectively displays product information, business profiles, and ordering features, accessible easily via mobile phones, tablets, and computers. Partners also gained new knowledge and skills in managing digital-based promotions. In conclusion, the application of a responsive website through this learning method successfully provides a sustainable solution and significantly supports Sekawan Coffee in competing and developing its business in the digital era.

Keywords: *digital marketing; MSME; Project-Based Learning; responsive website; Sekawan Coffee*

Abstrak

Pemasaran digital menjadi strategi penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, Sekawan Coffee masih mengalami keterbatasan dalam cara promosi serta belum memanfaatkan platform digital secara maksimal, sehingga menghambat perkembangan usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi masalah pemasaran digital tersebut dengan menerapkan metode Project-Based Learning dalam merancang desain website responsif yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan usaha Sekawan Coffee. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi masalah, pelatihan prinsip desain website, praktik langsung penyusunan tata letak dan konten, hingga pengujian tampilan di berbagai perangkat. Hasil kegiatan berupa website responsif yang menampilkan informasi produk, profil usaha, dan fitur pemesanan secara efektif, serta dapat diakses dengan mudah melalui ponsel, tablet, maupun komputer. Mitra juga memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola promosi berbasis digital. Disimpulkan bahwa penerapan website responsif melalui metode pembelajaran ini berhasil memberikan solusi berkelanjutan dan sangat mendukung Sekawan Coffee untuk bersaing serta mengembangkan usaha di era digital.

How to cite this article (APA): Nursyakira, Azuara, N.P., Fitri, A.A., Sari, R.A., & Am, A.N. (2026). Penyelesaian Masalah Pemasaran Digital UMKM melalui Project-Based Learning Desain Website Responsif untuk Sekawan Coffee. *ABDIMALOKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Lokal Nusantara*, 1(1): 21-33. doi: <https://doi.org/10.xxxx/abdimaloka.vxiX.XXXX>

This is an open access article under the CC-BY-SA license: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Kata Kunci: Pemasaran Digital; UMKM; Pembelajaran Berbasis Masalah; Website Responsif; Sekawan Coffee

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era saat ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap berbagai bidang kehidupan, terutama dalam dunia bisnis dan pemasaran. Pemanfaatan teknologi informasi tidak lagi hanya digunakan oleh perusahaan besar, tetapi juga menjadi kebutuhan penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital. Digitalisasi membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mempermudah proses penyampaian informasi kepada konsumen secara lebih cepat dan efisien. Pemanfaatan website dan teknologi digital terbukti mampu membantu UMKM meningkatkan pemasaran dan menarik minat konsumen secara lebih luas (Widjojo et al. 2022) Menurut (Alzidani et al. 2022). pemanfaatan teknologi digital mampu mendukung kegiatan pemasaran UMKM agar lebih efektif dan mudah menjangkau masyarakat luas. Selain itu, (Antara and Diatmika 2022) (Eryc 2022) menjelaskan bahwa penggunaan teknologi informasi memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan dan kinerja UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin berkembang. (Hisnul et al. 2022), juga menyatakan bahwa perkembangan digitalisasi memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan UMKM sehingga pelaku usaha perlu mengikuti perkembangan teknologi agar mampu bertahan dan berkembang di era modern.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital yang saat ini banyak digunakan dalam dunia usaha adalah website sebagai media promosi dan penyampaian informasi. Website dapat membantu pelaku usaha dalam memperkenalkan produk, memberikan informasi layanan, serta meningkatkan kemudahan konsumen dalam memperoleh informasi secara praktis tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Selain itu, pemanfaatan website sebagai strategi pemasaran juga dinilai mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan promosi UMKM kepada masyarakat (Anggraini et al. 2021). (Hadi et al. 2021), menyatakan bahwa website mampu menjadi media promosi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik produk UMKM kepada konsumen. Selain itu, (Riana et al. 2026) menjelaskan bahwa pengembangan website pada UMKM dapat membantu meningkatkan kualitas promosi dan mempermudah penyampaian informasi usaha kepada pelanggan. Pemanfaatan media digital yang tepat juga dapat membantu usaha terlihat lebih modern, profesional, dan mampu mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Pengembangan media

promosi berbasis website juga dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk UMKM karena informasi usaha dapat diakses dengan lebih mudah dan menarik (Rafsyajani dan Fauzi 2021). (Suprayitno et al. 2022) turut menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat membantu pemberdayaan UMKM agar mampu berkembang dan bersaing di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Sekawan Coffee merupakan salah satu UMKM yang berdiri pada tahun 2025 dan berlokasi di Pulau Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau. Usaha ini memiliki konsep yang unik dengan menggabungkan warung kopi tradisional dan coffee shop modern dalam satu lokasi usaha. Konsep tersebut menjadikan Sekawan Coffee memiliki daya tarik tersendiri dan mampu menarik berbagai kalangan masyarakat, terutama anak muda dan penikmat kopi. Selain memiliki lokasi yang strategis, Sekawan Coffee juga cukup ramai dikunjungi masyarakat, khususnya pada malam hari. Dalam kegiatan ini, fokus pengembangan diarahkan pada unit usaha coffee shop karena konsep tersebut sangat relevan dengan perkembangan pemasaran digital dan gaya hidup masyarakat modern saat ini.

Namun, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, penyampaian informasi dan promosi pada Sekawan Coffee masih dilakukan secara sederhana dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Informasi mengenai menu, promo, lokasi usaha, maupun jam operasional masih terbatas sehingga belum dapat menjangkau masyarakat secara luas. Kondisi tersebut menyebabkan kegiatan promosi usaha belum berjalan secara maksimal dan kurang efektif dalam menarik konsumen baru. Kurangnya penggunaan sistem informasi dan media digital pada UMKM dapat menghambat perkembangan pemasaran usaha di era digital saat ini (Widyasari and Ramadhan 2022) Hal ini sejalan dengan penelitian (Waskithoaji et al. 2022) yang menyatakan bahwa masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan media digital secara optimal sebagai sarana promosi usaha. Selain itu, (Akbar et al. 2022). menjelaskan bahwa pemanfaatan digital marketing memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran UMKM. (Galahartlambang et al. 2022) juga menjelaskan bahwa media sosial dan media digital dapat menjadi sarana promosi yang efektif dalam membantu perkembangan usaha serta meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kurangnya pemanfaatan teknologi digital juga dapat mempengaruhi citra usaha di mata konsumen. Usaha yang belum memiliki media digital dinilai kurang modern dan kurang profesional dibandingkan usaha yang sudah memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran. (Antara and Diatmika 2022), menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan perkembangan usaha serta kepercayaan konsumen terhadap UMKM. Oleh karena itu, penggunaan website sebagai media informasi dan promosi menjadi salah satu langkah yang dapat membantu UMKM

meningkatkan kualitas pelayanan dan memperluas jangkauan pemasaran kepada masyarakat.

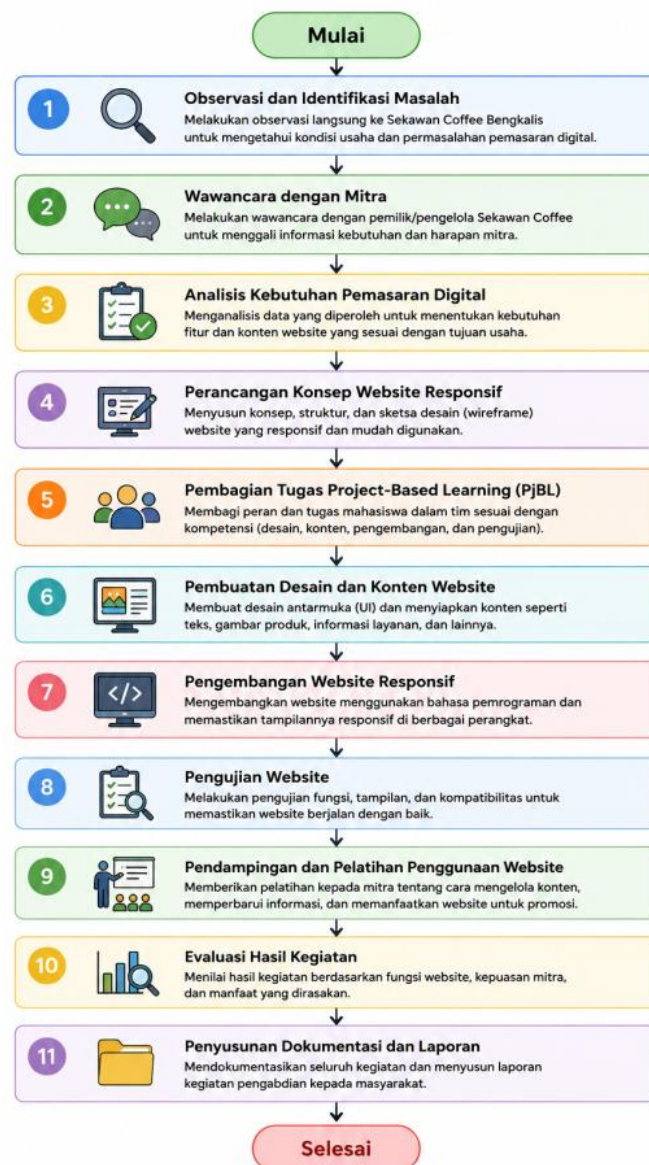
Permasalahan tersebut menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan Project Based Learning (PBL) melalui desain dan implementasi website responsif untuk Sekawan Coffee Bengkalis. Website yang dirancang diharapkan dapat menjadi media promosi digital dan media penyampaian informasi yang lebih efektif sehingga pelanggan dapat memperoleh informasi mengenai menu, lokasi usaha, jam operasional, dan promo secara lebih mudah dan cepat. Selain itu, website juga diharapkan mampu membantu meningkatkan branding usaha agar terlihat lebih modern, profesional, dan mampu bersaing di tengah perkembangan teknologi digital saat ini.

Kegiatan ini menggunakan pendekatan Project Based Learning (PBL), yaitu model pembelajaran yang melibatkan mahasiswa secara langsung dalam menyelesaikan permasalahan nyata yang dihadapi oleh mitra usaha melalui sebuah proyek. Dalam kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mempelajari teori mengenai desain website, tetapi juga menerapkannya secara langsung mulai dari proses observasi, pengumpulan data, analisis kebutuhan, hingga implementasi website sesuai kebutuhan mitra usaha. Melalui penerapan Project Based Learning, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, kerja sama tim, serta keterampilan digital dalam menyelesaikan suatu proyek berbasis teknologi.

Dengan adanya desain dan implementasi website responsif ini diharapkan Sekawan Coffee dapat memiliki media promosi digital yang lebih efektif dan mampu memberikan akses informasi yang lebih mudah kepada pelanggan. Selain membantu meningkatkan kualitas promosi usaha, website juga diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung transformasi digital UMKM agar lebih berkembang dan mampu bersaing di era perkembangan teknologi saat ini. Pemanfaatan teknologi digital dan e-commerce pada UMKM juga dapat membantu meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperluas akses konsumen terhadap produk usaha (Jatiningrum et al. 2022).

METODE DAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Sekawan Coffee Bengkalis dengan sasaran utama yaitu pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan minuman kopi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama beberapa tahap mulai dari observasi, perancangan, hingga implementasi website responsif sebagai media pemasaran digital. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis sebagai pelaksana kegiatan dengan pendekatan *Project-Based Learning* (PBL).



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara secara langsung kepada pihak Sekawan Coffee Bengkulu untuk mengetahui kondisi usaha, sistem pemasaran yang digunakan, serta permasalahan yang dihadapi dalam proses promosi digital. Dari hasil observasi diketahui bahwa pemasaran yang dilakukan masih terbatas melalui media sosial sederhana dan belum memiliki website sebagai media informasi usaha. Selain itu, mitra juga mengalami keterbatasan pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan pemasaran usaha.

Setelah proses identifikasi masalah dilakukan, tahap selanjutnya yaitu perancangan solusi melalui pengembangan website responsif yang dapat digunakan

sebagai media promosi dan penyampaian informasi usaha kepada konsumen. Metode *Project-Based Learning* diterapkan dalam kegiatan ini karena memberikan pengalaman belajar secara langsung kepada mahasiswa melalui pengerjaan proyek nyata sesuai kebutuhan mitra. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa dibagi ke dalam beberapa tugas seperti pengumpulan data usaha, perancangan tampilan website, pembuatan konten, hingga pengujian sistem website yang dikembangkan.

Selain pengembangan situs website, kegiatan ini juga melibatkan bantuan kepada mitra usaha mengenai cara menggunakan dan mengelola situs web secara mandiri. Bantuan diberikan melalui pelatihan sederhana tentang bagaimana memperbarui informasi menu, meng-upload foto produk, mengelola konten promosi, serta memanfaatkan situs web sebagai alat pemasaran digital yang berkelanjutan. Tujuan dari kegiatan pendampingan adalah untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan usaha.

Pelaksanaan kegiatan pengembangan website dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu perencanaan desain antarmuka (*user interface*), penyusunan struktur halaman website, penginputan informasi produk dan layanan, serta pengujian tampilan website agar dapat diakses dengan baik melalui perangkat komputer maupun smartphone. Website dirancang secara responsif agar pengguna dapat memperoleh pengalaman akses yang nyaman dan mudah digunakan pada berbagai ukuran layar perangkat.

Selain proses pengembangan website, kegiatan ini juga disertai dengan pendampingan kepada mitra terkait penggunaan dan pengelolaan website. Pendampingan dilakukan dengan memberikan penjelasan mengenai cara mengoperasikan website, memperbarui informasi produk, serta memanfaatkan website sebagai media pemasaran digital secara berkelanjutan. Kegiatan ini bertujuan agar mitra mampu mengelola website secara mandiri setelah program pengabdian selesai dilaksanakan. Pendekatan pendampingan langsung kepada mitra UMKM ini sejalan dengan (Suprayitno et al. 2022) yang menyatakan bahwa sosialisasi dan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Selain itu, (Riana et al. 2026) juga menegaskan bahwa pendampingan pengelolaan konten digital perlu diberikan agar mitra dapat memperbarui informasi usaha secara berkelanjutan setelah program berakhir.

Analisis hasil kegiatan dilakukan secara deskriptif kualitatif berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan respon mitra terhadap website yang telah dibuat. Keberhasilan kegiatan diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kemampuan website dalam menampilkan informasi usaha secara lengkap meliputi profil usaha, menu

produk, lokasi, dan jam operasional; kemudahan akses website pada berbagai perangkat seperti smartphone, tablet, maupun komputer; serta meningkatnya pemahaman mitra mengenai pentingnya pemasaran digital dalam pengembangan usaha UMKM. Penggunaan analisis deskriptif kualitatif ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik kegiatan pengabdian masyarakat yang mengutamakan penilaian terhadap proses dan dampak nyata di lapangan, sebagaimana diterapkan dalam kegiatan serupa oleh (Riana et al. 2026) yang melakukan evaluasi melalui observasi langsung dan pengumpulan umpan balik mitra untuk menilai efektivitas program secara menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Penyelesaian Masalah Pemasaran Digital UMKM melalui Project-Based Learning Desain Website Responsif untuk Sekawan Coffee Bengkalis” telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan. Kegiatan ini dilakukan bersama mitra UMKM Sekawan Coffee Bengkalis yang bergerak di bidang kuliner dan minuman kopi. Fokus utama kegiatan adalah membantu mitra dalam mengatasi permasalahan pemasaran digital melalui pengembangan website responsif sebagai media promosi usaha.



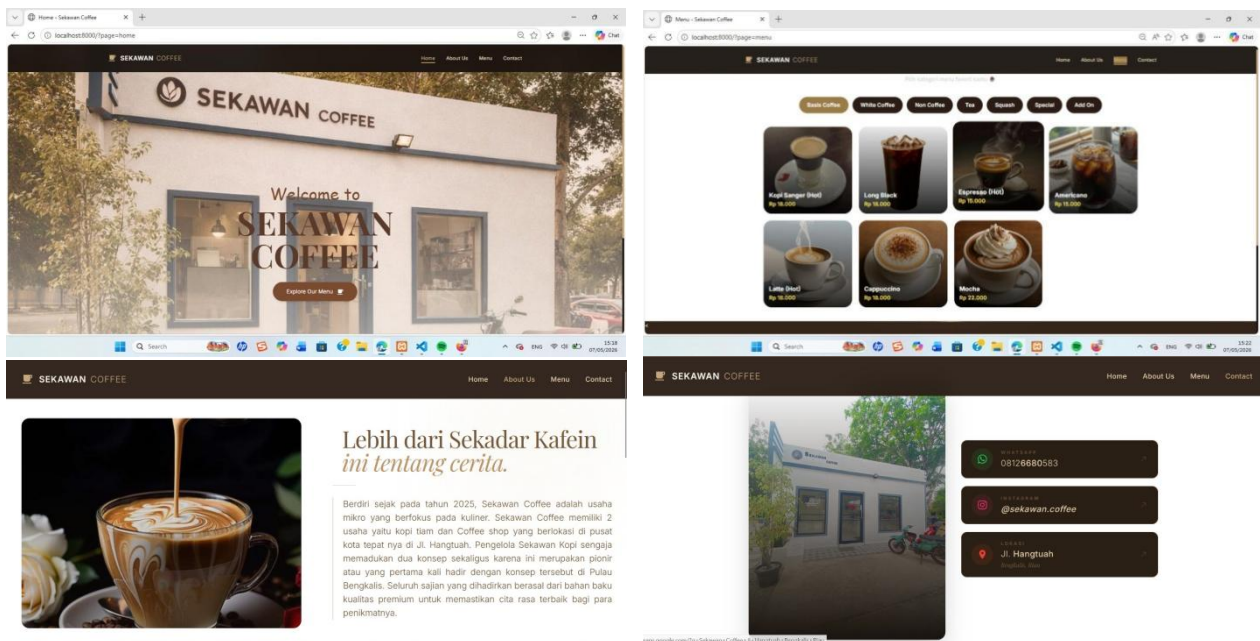
Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan proses observasi dan wawancara kepada pengelola usaha untuk mengetahui kondisi usaha serta kebutuhan mitra terkait media promosi digital. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa Secawan Coffee memiliki potensi usaha yang cukup besar karena memiliki konsep unik yang memadukan warung kopi tradisional dan coffee shop modern dalam satu lokasi. Selain itu, lokasi usaha yang strategis dan ramai dikunjungi masyarakat menjadi peluang yang baik untuk mengembangkan pemasaran berbasis digital. Namun, keterbatasan pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi digital menyebabkan promosi usaha belum berjalan secara optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim kemudian merancang solusi berupa pengembangan website responsif yang dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti smartphone dan komputer. Website dirancang dengan tampilan sederhana, menarik, dan mudah digunakan agar dapat membantu konsumen memperoleh informasi terkait Sekawan Coffee Bengkalis secara lebih cepat dan praktis. Informasi yang dimuat dalam website meliputi profil usaha, daftar menu, harga, galeri produk, lokasi usaha, kontak, serta media promosi lainnya yang mendukung pemasaran digital UMKM.

Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah sebuah situs web responsif yang dapat menyajikan informasi tentang usaha dengan cara yang lebih lengkap dan menarik. Situs ini dilengkapi dengan beberapa fitur utama, seperti halaman utama, informasi usaha, daftar menu, harga produk, rincian lokasi, dan kontak usaha. Di halaman menu, pelanggan dapat melihat berbagai pilihan produk yang disertai gambar, sehingga mempermudah mereka dalam mendapatkan informasi tentang produk yang ada di Secawan Coffee. Selain itu, situs web ini juga memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi mengenai promosi dan jam buka dengan lebih cepat dan praktis.

Setelah perancangan selesai, implementasi dari website dilakukan. Tahapan implementasi diikuti dengan pengujian sistem untuk memastikan bahwa semua fitur dalam website berfungsi dengan baik, mulai dari halaman Beranda, Tentang Kami, Menu, hingga Kontak. Hasil dari pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua fitur berjalan optimal di semua perangkat. Website ini juga memberikan kesan yang lebih modern dan profesional terhadap usaha, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis yang dijalankan.



Gambar 3. Hasil Perancangan Website

Kegiatan pendampingan juga diterapkan kepada pengelola bisnis mengenai cara penggunaan dan pengelolaan situs web secara mandiri. Pendampingan tersebut dilakukan dengan pelatihan sederhana tentang cara memperbarui informasi menu, menambah foto produk, serta memanfaatkan situs web sebagai alat promosi digital yang berkelanjutan. Dari kegiatan ini, terjadi perubahan sikap pada mitra yang mulai menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung perkembangan bisnis UMKM. Mitra menjadi lebih proaktif dalam menggunakan media digital sebagai alat untuk promosi dan penyampaian informasi bisnis kepada pelanggan.



Gambar 4. Hasil Desain Website Kepada Pelaku UMKM

Selain memberikan manfaat kepada mitra usaha, kegiatan ini juga memberikan dampak positif bagi mahasiswa sebagai pelaksana program. Melalui pendekatan Project-Based Learning (PBL), mahasiswa memperoleh pengalaman belajar secara langsung dalam menyelesaikan permasalahan nyata di masyarakat. Mahasiswa tidak hanya memahami teori mengenai pemasaran digital dan desain website, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini membantu meningkatkan kemampuan kerja sama, komunikasi, kreativitas, dan keterampilan teknologi digital mahasiswa.

Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat berbagai elemen yang bisa membantu maupun menghalangi suksesnya suatu program. Salah satu elemen penting yang mendukung adalah terjalinnya kerja sama yang harmonis antara tim pelaksana dan Sekawan Coffee Bengkalis, serta keterbukaan dari mitra dalam menyediakan informasi dan dokumentasi yang diperlukan sepanjang proses pengembangan situs web. Semangat dan antusiasme mitra dalam menggunakan teknologi digital juga merupakan faktor penting yang membuat program lebih lancar. Hal ini sejalan dengan temuan Riana et al. (2026) yang dalam kegiatan pengembangan website UMKM menemukan bahwa tingkat partisipasi serta antusiasme mitra yang tinggi, ditopang oleh kolaborasi yang solid antara perguruan tinggi dan masyarakat, merupakan kunci utama keberhasilan transfer pengetahuan dan keterampilan digital kepada mitra".

Sebaliknya, masalah yang ditemui di lapangan termasuk mitra yang kurang memahami pemasaran digital dan pengelolaan website pada tahap awal, serta beberapa kali revisi desain untuk menyesuaikan tampilan website untuk bisnis. Kondisi ini sesuai dengan temuan Suprayitno et al. (2022) bahwa kurangnya pengetahuan pelaku UMKM tentang teknologi digital menjadi hambatan utama dalam program digitalisasi. "Riana et al. (2026) menegaskan bahwa keterbatasan kemampuan teknis dan literasi digital pada tahap awal merupakan kendala yang umum ditemui dalam program digitalisasi UMKM. Hal ini juga dikonfirmasi oleh Hadi et al. (2021) yang menemukan bahwa banyak UMKM belum memanfaatkan media promosi digital secara optimal, sehingga kehadiran website yang dirancang secara tepat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha."

Namun demikian, kendala tersebut berhasil diatasi berkat bimbingan yang diberikan oleh tim pelaksana secara bertahap. Sejalan dengan itu, Riana et al. (2026) membuktikan bahwa pendekatan pelatihan interaktif dan pendampingan langsung terbukti efektif dalam mentransfer pengetahuan praktis kepada mitra. Hal ini diperkuat oleh Suprayitno et al. (2022) yang menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan intensif mampu meningkatkan kesadaran serta kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Oleh karena itu, pendekatan PBL yang

diterapkan dalam kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk web, tetapi juga membantu mitra memberikan pengetahuan yang sebenarnya.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil membantu Sekawan Coffee Bengkalis dalam meningkatkan pemasaran digital melalui implementasi website responsif. Website yang dibuat tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi untuk bisnis, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membantu UMKM dalam transformasi digital sehingga mereka dapat bersaing dan berkembang di era teknologi digital.

KESIMPULAN

Dengan menggunakan metode pembelajaran berbasis proyek (PBL), UMKM Sekawan Coffee Bengkalis telah mencapai tujuan pengabdian masyarakatnya. Ini terbukti dengan pembuatan website yang responsif sebagai alat pemasaran digital. Hasilnya, dengan hadirnya website yang lebih profesional dan efisien, masalah pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara sederhana melalui media sosial dan promosi lisan berhasil diatasi. Ini memungkinkan pemasaran untuk memperluas jangkauan, membantu pelanggan mendapatkan informasi tentang produk, dan meningkatkan reputasi bisnis di era internet. Kegiatan ini mengajarkan mitra tentang pentingnya teknologi digital untuk pertumbuhan dan daya saing bisnis selain menghasilkan produk web. Terlepas dari kendala seperti keterbatasan waktu dan penyesuaian desain, tim pelaksana dan pihak Sekawan Coffee Bengkalis berhasil bekerja sama dan berkomunikasi dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Sekawan Coffee Bengkalis yang telah bersedia bekerja sama dan membantu dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu, kami berterima kasih kepada Program Sarjana Terapan Bisnis Digital di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bengkalis yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Kami juga berterima kasih kepada setiap anggota tim yang telah bekerja untuk membuat dan membuat situs web responsif yang mendukung pemasaran digital UMKM. Diharapkan bahwa melalui pengabdian ini, mitra usaha dapat merasakan manfaat dan perkembangan UMKM berbasis digital di Kabupaten Bengkalis.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, R., Winanda, T., Rahmayani, M., Yetti, D., & Yelmi, H. (2022). Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten

Kampar. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47–54.
<https://doi.org/10.59061/jsit.v5i2.77>.

Alzidani, M. R., Sena, A. B., Saputra, F. Y., Rahmawati, D., Pratama, M. H., Nurdiansyah, D., ... Ramdhani, I. (2022). Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Mendukung Pemasaran UMKM. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa Informatika*, 3(1). Retrieved from <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JATIMIKA/article/view/16311>.

Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2023). Pemanfaatan website sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan usaha mikro kecil dan menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 381–389. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12150>.

Antara, K. H., & Diatmika, I. P. G. . (2022). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kualitas Sumber Daya Manusia dan Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM (studi kasus usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Buleleng). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(02), 513–524. <https://doi.org/10.23887/jap.v13i02.37077>

Eryc, E. (2022). Pengaruh Dampak Digitalisasi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 1693–1704. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.5594>.

Galahartlambang, Y. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Mengembangkan Usaha Pelaku Umkm Desa Dlanggu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 1(2), 119–126. <https://doi.org/10.32492/dimas.v1i2.1202>.

Hadi et al. 2021. “Pemanfaatan Metode AIDA Dalam Desain Website Sebagai Media Promosi Produk Pada UMKM.” *JUPITER (Jurnal Penelitian Ilmu Dan Teknik Komputer)* 13(2): 01–06, <https://doi.org/10.5281/3657.jupiter.2021.10>.

Hisnul, H. et al. 2022. Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Technology Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *Eqien – Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 11, 1 (Jul. 2022), 49 – 58. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.693>.

Jatiningrum et al. 2022. “Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Pada Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Batok Kelapa Di Kabupaten Pringsewu.” *NEAR: Jurnal ...* 1(2). <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/471>.

Rafsyanjani dan Fauzi. 2021. “Pemanfaatan Website Sebagai Strategi Pemasaran Digital UMKM.” *Jurnal Sistem Informasi* 17(2): 134–45.

Riana, D. ., Khasanah, Nurul, Na’am, J. ., Ernawan, F. ., Hadianti, S. ., & Mardiana, T. . (2026). Penerapan Teknologi Informasi melalui Pengembangan Website untuk Media

Promosi UMKM. *Computer and Business: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Combiz)*, 3(1), 45–50. Retrieved from <https://ejournal.cyber-univ.ac.id/index.php/combiz/article/view/173>.

Suprayitno, Eddi, Yusrita Y, Antoni A, Andina MVL, and Mutia C. 2022. “Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kecamatan Babalan.” *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat* 2(1): 91–95. doi:10.30743/jurpammas.v2i1.6021.

Waskithoaji, Y., & Darmawan, B. A. (2022). Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(2), 223–237. Retrieved from <https://journal.uir.ac.id/selma/article/view/24812>.

Widjojo, H., Munansa, D. A., Diego, G., Vanneshia W., J., Putra, R. I., & Christina, S. N. (2022). Pengaruh Website UMKM terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(6), 673–678. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20776>.

Widyasari, Y. D. L., & Ramadhan, A. T. (2022). Pengembangan dan Penerapan Sistem Informasi Marketplace UMKM. *Jurnal Komputer Terapan*, 8(2), 266–278. <https://doi.org/10.35143/jkt.v8i2.5729>.