



PENDAMPINGAN PERANCANGAN WEBSITE UMKM ES TEH DRINK CUPS LAPANGAN TUGU BENGKALIS BERBASIS PROJECT BASED LEARNING PADA MATA KULIAH DESAIN WEBSITE UNTUK MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL

Kimi Putra Irawan¹, Anggela Arisna Putri², Septi Indah Sari³, Sari Agustina⁴, Andri
Nofiar.Am⁵, Tri Handayani⁶, Supriati Supriati⁷, Wan Junita Raflah⁸

Politeknik Negeri Bengkalis

kimipi8090@gmail.com

Abstrak

Es Teh Drink Cups adalah UMKM minuman di Lapangan Tugu, Bengkalis, Riau yang mengandalkan media sosial dan promosi mulut ke mulut sebagai sarana pemasaran. Ketiadaan website resmi membuat informasi produk belum tersaji secara terstruktur kepada calon pelanggan. Kegiatan ini bertujuan merancang website UMKM sebagai media promosi digital melalui pendekatan *Project Based Learning* (PBL) dalam mata kuliah Desain Website di Politeknik Negeri Bengkalis, yang dilaksanakan dalam 7 pertemuan pada 3 Maret hingga 28 April 2026 bersama 4 mahasiswa Bisnis Digital Semester 6. Website berhasil dikembangkan menggunakan Figma, Visual Studio Code, dan XAMPP dengan fitur Katalog Produk, Tentang, dan Kontak yang memuat 17 varian produk secara lengkap. Pemilik UMKM memberikan respons positif terhadap hasil website yang dinilai lebih rapi dan profesional.

Kata Kunci: Website UMKM; Promosi Digital; Project Based Learning; Desain Website

Abstract

Es Teh Drink Cups is a beverage MSME located at Lapangan Tugu, Bengkalis, Riau, which relied on social media and word-of-mouth as its main marketing tools. The absence of an official website made product information less structured for potential customers. This activity aimed to design a website as a digital promotional medium through a Project Based Learning (PBL) approach in the Website Design course at Politeknik Negeri Bengkalis, conducted in 7 meetings from March 3 to April 28, 2026 with 4 sixth-semester Digital Business students. The website was successfully developed using Figma, Visual Studio Code, and XAMPP, featuring Product Catalog, About, and Contact page with all 17 product variants. The MSME owner responded positively, stating the website appeared neater and more professional.

Keywords: MSME Website; Digital Promotion; Project Based Learning; Website Design

1 PENDAHULUAN

Es Teh Drink Cups adalah sebuah usaha minuman yang berdiri sejak awal tahun 2023 dan berlokasi di Lapangan Tugu, Jalan Ahmad Yani, Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Dengan 17 varian produk minuman yang ditawarkan, UMKM ini telah berhasil membangun basis pelanggan di lingkungan sekitar lokasi usahanya. Dalam menjalankan kegiatan promosi, Es Teh

Drink Cups selama ini mengandalkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, serta promosi dari mulut ke mulut sebagai sarana utama untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian bangsa yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan pendapatan masyarakat (Rahman et al., 2025). Di Indonesia, sektor UMKM mencatat lebih dari 64 juta pelaku usaha dengan kontribusi hingga 60% terhadap PDB nasional (Istamarina et al., 2025), bahkan sekitar 99% dari total perusahaan di Indonesia adalah UMKM (Donoriyanto et al., 2023). Ketangguhan sektor ini telah terbukti dalam berbagai krisis, termasuk saat pandemi Covid-19 (Permadi et al., 2025). Jika UMKM mampu melek teknologi, peluang untuk bersaing di pasar yang lebih luas pun semakin terbuka lebar (Putri et al., 2025).

Namun kenyataannya, masih banyak pelaku UMKM yang belum optimal memanfaatkan teknologi digital. Hanya 12% UMKM yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka (Istamarina et al., 2025), dan baru 13% yang memanfaatkan digitalisasi sebagai sarana pemasaran (Noerchoidah & Nurdina, 2021). Sebagian besar pelaku usaha bahkan lebih nyaman berjualan langsung karena keterbatasan pengetahuan dan infrastruktur digital (Permadi et al., 2025). Kondisi serupa dialami Es Teh Drink Cups, di mana kehadiran di media sosial saja belum mampu menjangkau pasar secara terstruktur dan profesional. Padahal, penggunaan media sosial yang tidak didukung platform digital yang lebih terorganisir membuat informasi produk sulit ditemukan oleh calon pelanggan baru (Donoriyanto et al., n.d.).

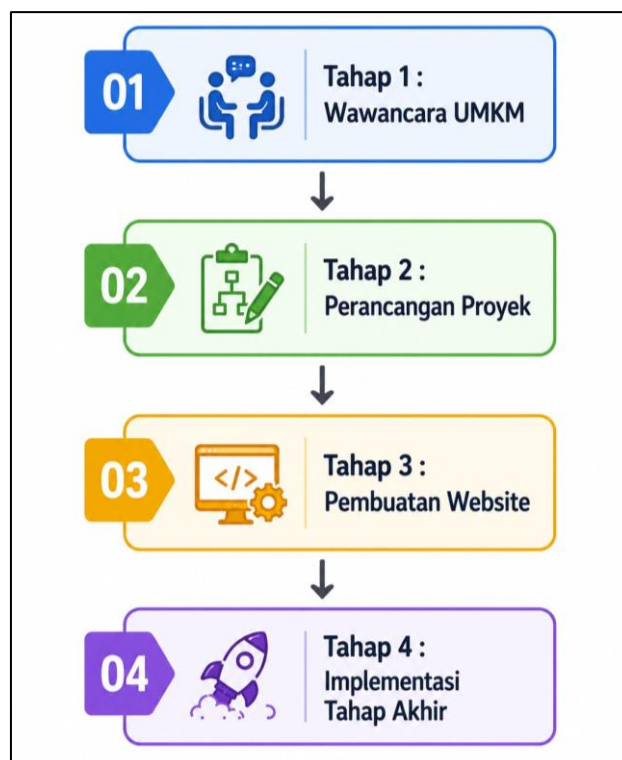
Kehadiran website menjadi solusi yang tepat untuk menjawab persoalan tersebut. Website adalah kumpulan halaman berisi informasi digital yang dapat diakses siapa saja, di mana saja, melalui internet (Pratiwi et al., 2024), sekaligus mampu meningkatkan kredibilitas usaha dan memperluas jangkauan konsumen tanpa batasan geografis (Manalu, 2024). Digital marketing secara keseluruhan terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan produk UMKM (Khairunisa et al., 2024), dan pemasaran digital merupakan kegiatan yang mampu memperkenalkan merek dengan tepat sasaran serta menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat (Putri et al., 2025). Berbagai kegiatan serupa telah membuktikan bahwa website yang dirancang menggunakan Figma mampu meningkatkan visibilitas produk UMKM secara signifikan (Lutvianita et al., 2024), website berbasis promosi digital terbukti membuat pemasaran lebih rapi dan profesional (Ramadhani et al., 2025), pelatihan pembuatan website meningkatkan keterampilan teknis peserta secara nyata (Manalu, 2024), dan pengembangan aplikasi berbasis web efektif membantu UMKM memasarkan produk lokal secara online (Pratiwi et al., 2024). Hal ini memperkuat keyakinan bahwa website adalah langkah strategis yang sudah sepatutnya dilengkapi dengan pemasaran digital yang lebih terencana (Noerchoidah & Nurdina, 2021), termasuk pemanfaatan perancangan website yang menarik dan informatif sebagai media promosi utama bagi UMKM (Rahman et al., 2025), serta pemanfaatan tools website sederhana yang mudah dikelola secara mandiri oleh pelaku usaha (Billah et al., 2023).

Berangkat dari kondisi tersebut, mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Semester 6 Politeknik Negeri Bengkalis hadir memberikan solusi melalui kegiatan pendampingan perancangan website dalam mata kuliah Desain Website dengan pendekatan *Project Based Learning* (PBL). Mahasiswa terlibat langsung merancang dan mengembangkan website Es Teh Drink Cups menggunakan Figma, Visual Studio Code, dan XAMPP, dengan tiga fitur utama yaitu Katalog Produk, halaman Tentang, dan halaman Kontak. Target luaran dari kegiatan ini adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan pada Jurnal IMPACT sebagai bentuk dokumentasi dan pertanggungjawaban akademik atas kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan.

2 METODE

Kegiatan pendampingan ini diselenggarakan di dua lokasi, yaitu Politeknik Negeri Bengkalis sebagai tempat pengerjaan proyek dan lokasi UMKM Es Teh Drink Cups yang berada di Lapangan Tugu, Jalan Ahmad Yani, Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung selama 7 pertemuan dalam rentang waktu 3 Maret hingga 28 April 2026, sebagai bagian dari pelaksanaan mata kuliah Desain Website pada Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis. Tim yang terlibat terdiri dari 4 mahasiswa semester 6 yang berperan aktif sebagai perancang sekaligus pengembang website UMKM mitra.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menerapkan kombinasi dua metode, yakni simulasi ipteks dan konsultasi/pendampingan. Melalui metode simulasi, mahasiswa menerapkan pendekatan *Project Based Learning* (PBL) dengan terlibat langsung dalam proses perancangan dan pengembangan website nyata milik mitra UMKM sebagai wujud nyata dari pembelajaran berbasis proyek. Adapun metode konsultasi dan pendampingan diwujudkan melalui serangkaian pertemuan intensif antara mahasiswa dan pemilik UMKM, mulai dari tahap penggalian kebutuhan hingga penyajian hasil akhir website. Alur pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan terbagi ke dalam empat tahapan utama sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Alur Pelaksanaan

1. Wawancara UMKM

Tahap pertama diawali dengan kegiatan wawancara langsung bersama pemilik UMKM Es Teh Drink Cups. Melalui wawancara ini, mahasiswa menggali berbagai informasi penting terkait kebutuhan mitra, mulai dari produk-produk yang ingin ditampilkan, harapan terhadap tampilan website, hingga identitas visual yang mencerminkan karakter usaha. Seluruh informasi yang diperoleh kemudian dijadikan acuan utama dalam menentukan arah dan konsep perancangan website yang akan dikembangkan.

2. Perancangan Proyek

Berpijak pada hasil wawancara, mahasiswa melangkah ke tahap perancangan proyek dengan merancang struktur dan tampilan awal website menggunakan Figma. Pada tahap ini, tim menyusun *wireframe* dan desain antarmuka (*interface*) yang mencakup tiga halaman utama, yaitu halaman Katalog Produk, halaman Tentang, dan halaman Kontak. Seluruh elemen visual dirancang dengan menyesuaikan identitas UMKM Es Teh Drink Cups, menggunakan dominasi warna biru yang segar serta logo resmi UMKM sebagai elemen utama identitas digital.

3. Pembuatan Website

Setelah desain disetujui, tim beralih ke tahap pembuatan website dengan mengimplementasikan seluruh rancangan Figma ke dalam kode program menggunakan Visual Studio Code sebagai *code editor* dan XAMPP sebagai server lokal untuk pengujian. Pada tahap ini pula, sebanyak 17 varian produk minuman UMKM Es Teh Drink Cups diinput secara lengkap ke dalam halaman Katalog Produk, mencakup foto produk, nama produk, dan informasi harga, sehingga pelanggan dapat menelusuri seluruh pilihan produk dengan mudah.

4. Implementasi Tahap Akhir

Pada tahap terakhir, website yang telah selesai dikembangkan diuji secara menyeluruh guna memastikan seluruh fitur berjalan sebagaimana mestinya. Pengujian mencakup navigasi antar halaman, tampilan responsif, serta kelengkapan konten produk yang telah diinput sebelumnya. Setelah seluruh pengujian dinyatakan berjalan dengan baik, hasil website kemudian ditampilkan kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan penilaian dan masukan akhir sebagai bentuk evaluasi terhadap produk yang telah dihasilkan.

Pengumpulan data pada kegiatan ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan instrumen berupa dokumentasi kegiatan, yang meliputi foto-foto pelaksanaan selama 7 pertemuan serta hasil wawancara langsung dengan pemilik UMKM Es Teh Drink Cups sebagai mitra kegiatan.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

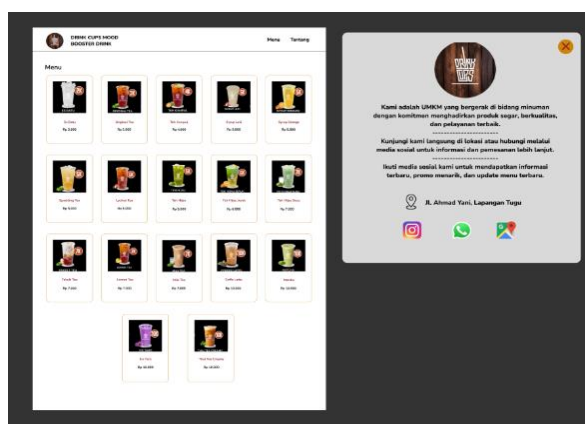
Kegiatan pendampingan perancangan website UMKM Es Teh Drink Cups dilaksanakan dalam 7 pertemuan yang terbagi ke dalam beberapa tahapan berbasis *Project Based Learning* (PBL). Setiap tahapan dirancang secara sistematis agar proses perancangan website dapat berjalan dengan terarah dan menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan kebutuhan mitra UMKM.

Tahapan pertama diawali dengan wawancara langsung bersama pemilik UMKM Es Teh Drink Cups untuk menggali kebutuhan dan harapan mereka terhadap website yang akan dibuat. Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa pemilik UMKM menginginkan seluruh menu produk yang dimiliki dapat ditampilkan secara lebih rapi dan terorganisir dalam satu platform digital. Informasi yang diperoleh dari wawancara ini kemudian menjadi landasan utama dalam menentukan arah perancangan website yang akan dikembangkan. Gambar 2 merupakan dokumentasi kegiatan wawancara yang dilakukan bersama pemilik UMKM Es Teh Drink Cups.



Gambar 2. Proses Wawancara dengan Owner UMKM

Memasuki tahapan kedua, mahasiswa mulai merancang struktur dan tampilan awal website menggunakan Figma. Tim merancang *wireframe* dan desain antarmuka (*interface*) yang mencakup tiga halaman utama, yaitu halaman Katalog Produk, halaman Tentang, dan halaman Kontak. Dalam merancang tampilan website, tim menyesuaikan tema warna dan identitas visual dengan karakter UMKM Es Teh Drink Cups, menggunakan dominasi warna biru yang segar dan logo resmi UMKM sebagai elemen utama identitas digital. Hasil desain awal di Figma kemudian ditampilkan kepada pemilik UMKM untuk mendapatkan masukan sebelum masuk ke tahap pengembangan. Gambar 3 menampilkan hasil rancangan desain awal website Es Teh Drink Cups yang telah dibuat menggunakan Figma.



Gambar 3. Desain Website di Figma

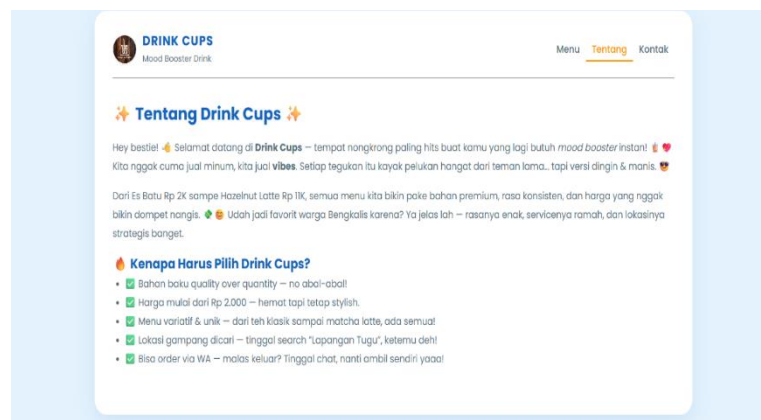
Pada tahapan ketiga, tim menyusun jadwal pengerjaan secara terstruktur untuk memastikan seluruh tahapan dapat diselesaikan tepat waktu dalam periode 3 Maret hingga 28 April 2026. Pembagian waktu mencakup kegiatan wawancara, perancangan desain di Figma, proses *coding* menggunakan Visual Studio Code dan XAMPP, hingga finalisasi hasil website dalam 7 pertemuan yang telah ditetapkan.

Tahapan keempat merupakan tahapan terpanjang dalam kegiatan ini, yaitu proses pengembangan website secara penuh. Mahasiswa mengimplementasikan seluruh elemen desain yang telah dirancang di Figma ke dalam kode program menggunakan Visual Studio Code sebagai *code editor* dan XAMPP sebagai server lokal untuk pengujian. Pada tahap ini, sebanyak 17 varian produk minuman milik Es Teh Drink Cups diinput ke dalam halaman Katalog Produk lengkap dengan

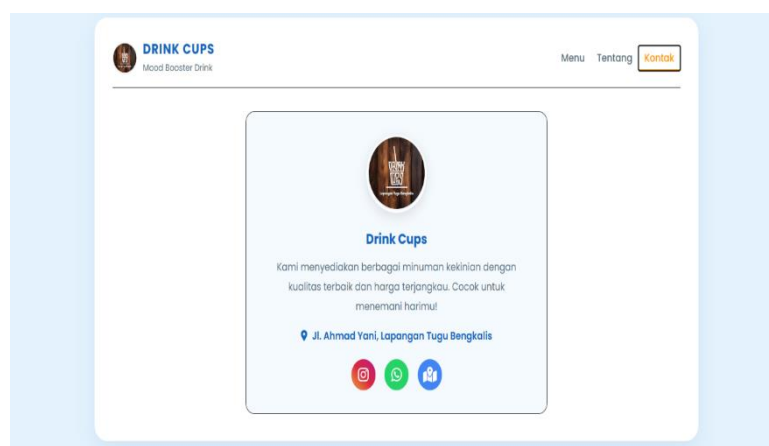
foto produk, nama, dan informasi harga, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menelusuri seluruh pilihan produk yang tersedia. Gambar 4 menampilkan halaman Katalog Produk, Gambar 5 menampilkan halaman Tentang, dan Gambar 6 menampilkan halaman Kontak yang telah selesai dikembangkan.



Gambar 4. Tampilan Halaman Menu



Gambar 5. Tampilan Halaman Tentang



Gambar 6. Tampilan Halaman Kontak

Pada tahapan kelima, website yang telah selesai dikembangkan diuji secara menyeluruh untuk memastikan seluruh fitur berjalan dengan baik. Pengujian dilakukan secara lokal menggunakan XAMPP, mencakup pengujian navigasi antar halaman, tampilan responsif, kelengkapan konten

produk, serta fungsi halaman Kontak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh fitur website berfungsi dengan baik dan tampilan website sudah sesuai dengan desain awal yang dirancang di Figma. Hasil website kemudian ditampilkan kepada pemilik UMKM Es Teh Drink Cups dan mendapatkan respons positif, di mana pemilik menyatakan bahwa tampilan website sudah bagus dan katalog produk yang dihasilkan jauh lebih rapi dibandingkan sebelumnya.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini berhasil menghasilkan sebuah website UMKM yang memuat tiga fitur utama, yaitu halaman Katalog Produk yang menyajikan seluruh 17 varian produk secara terstruktur, halaman Tentang yang menampilkan profil singkat UMKM, serta halaman Kontak yang memudahkan pelanggan untuk menghubungi pihak UMKM. Keberhasilan kegiatan ini tidak lepas dari komitmen seluruh anggota tim mahasiswa yang terlibat serta dukungan penuh dari pemilik UMKM Es Teh Drink Cups sebagai mitra yang kooperatif selama proses berlangsung. Dokumentasi kegiatan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Dokumentasi Kegiatan Dengan Pemilik UMKM

4 SIMPULAN

Kegiatan pendampingan perancangan website UMKM Es Teh Drink Cups yang dilaksanakan dalam 7 pertemuan selama periode 3 Maret hingga 28 April 2026 telah berhasil diselesaikan dengan baik. Melalui pendekatan *Project Based Learning* (PBL), mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Semester 6 Politeknik Negeri Bengkalis berhasil merancang dan mengembangkan sebuah website yang memuat tiga fitur utama, yaitu halaman Katalog Produk, halaman Tentang, dan halaman Kontak. Website yang dihasilkan dirancang menggunakan Figma, Visual Studio Code, dan XAMPP, dengan tampilan berbasis warna biru yang disesuaikan dengan identitas visual UMKM Es Teh Drink Cups. Seluruh 17 varian produk minuman berhasil diinput ke dalam halaman Katalog Produk secara lengkap dan terorganisir, sehingga informasi produk dapat disajikan dengan lebih rapi dan profesional.

Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh beberapa faktor pendukung, di antaranya sikap kooperatif pemilik UMKM yang terbuka dalam memberikan informasi selama proses wawancara, kerjasama tim mahasiswa yang solid selama 7 pertemuan, serta fasilitas kampus Politeknik Negeri Bengkalis yang memadai dalam mendukung proses perancangan dan pengembangan website. Di sisi lain, terdapat beberapa faktor penghambat yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan, yaitu kesulitan teknis yang ditemui saat proses *coding* berlangsung serta keterbatasan waktu pertemuan yang

membuat beberapa tahapan pengerjaan harus diselesaikan secara lebih intensif. Ke depannya, diharapkan website yang telah dirancang ini dapat terus dikembangkan dengan menambahkan fitur-fitur baru yang lebih lengkap sesuai kebutuhan UMKM, dan besar harapan agar pemilik UMKM Es Teh Drink Cups dapat secara mandiri mengelola dan memperbarui konten website sehingga benar-benar menjadi media promosi digital yang aktif dan berkelanjutan.

5 UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pengampu mata kuliah Desain Website yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan pendampingan ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Politeknik Negeri Bengkalis yang telah menyediakan fasilitas dan sarana yang memadai sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Tidak lupa, tim penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM Es Teh Drink Cups yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini dan memberikan dukungan serta keterbukaan selama proses wawancara dan pengembangan website berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Billah, M., A., M. R., & Dkk, A. I. (2023). *Perancangan Website Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM*. 1(2), 48–59.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., R, N. R. J. A., & Ali, Y. (n.d.). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X*. 4(1), 42–50.
- Istamarina, S., Anggraeni, E., & Astuti, D. (2025). *Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Era Digital : Kajian Literatur Sistematis Journal of Business Economics and Management*. 01(03), 323–327.
- Khairunisa, A. N., Misidawati, D. N., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., & Pekalongan, W. (2024). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM*. 3(1), 184–190.
- Lutvianita, F., Ningsih, A. S., Harahap, I. R., Sherina, T., Wahyudi, B., Arsa, D., & Lestari, D. (2024). *Pengembangan Website UMKM Pempek Madam Jambi Sebagai Media Informasi , Pemasaran dan Promosi*. 194–206.
- Manalu, H. (2024). *Pelatihan Pembuatan Website Sederhana sebagai Media Promosi UMKM Berbasis Digital*. 02(01), 10–13.
- Noerchoidah, & Nurdina. (2021). *MEDIA WEBSITE SEBAGAI SOLUSI PROMOSI PENJUALAN PADA UMKM*.
- Permadi, R. N., Amarullah, R., Agustini, M., & Sari, P. (2025). *Tantangan dan Hambatan UMKM dalam melakukan Digitalisasi : Studi Kasus di Kabupaten Jayapura , Kabupaten Muaro Jambi , Kabupaten Kulon Progo , & Kota Surabaya Tahun 2024*. 10(2). <https://doi.org/10.14710/jiip.v10i2.27916>
- Pratiwi, F., Adriano, S., Hafrida, L., & Widodo, P. P. (2024). *Aplikasi UMKM sebagai Strategi Pemasaran Media Promosi Produk Lokal di Kota Dumai*. 5(2), 445–452.
- Putri, R., Nur, K., Prilosadoso, B. H., & Zai, Y. Y. M. (2025). *PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM*. 14, 2390–2402. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1589>
- Rahman, M. F., Zulvios, F., & Yani, Z. (2025). *Perancangan dan Pembuatan Website UMKM Menggunakan Platform Webflow sebagai Media Promosi Digital*. 03(02), 357–362.
- Ramadhani, W., Yahdun, F., Trimulyono, A., Asna, A. F., & Arswendo, B. (2025). *PEMBERDAYAAN UMKM SANGGUL DI DESA GENENG MELALUI*. 7(2), 91–98.