



Article info : *Received*: Mei 2026 ; *Revised* : Juni 2026 ; *Accepted*: Juli 2026

Pelatihan Pembuatan Website Menggunakan Google Sites Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital

Rosa Lesmana¹; Rian Sri Rahayu²; Udin Ahidin³

¹⁻³Universitas Pamulang, Email : dosen01360@unpam.ac.id

Abstract. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat serta mengelola website menggunakan Google Sites sebagai sarana pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi observasi kebutuhan, penyampaian materi, pelatihan praktik (hands-on training), pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup konsep digital marketing, pentingnya website bagi UMKM, serta praktik pembuatan website yang memuat profil usaha, katalog produk, dan informasi kontak. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta mampu membuat website usaha secara mandiri dan memahami pemanfaatan website sebagai media promosi digital. Selain itu, terjadi peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya branding, pemasaran digital, dan transformasi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Antusiasme peserta selama pelatihan juga menunjukkan bahwa metode praktik langsung dan pendampingan efektif dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital, kredibilitas usaha, perluasan jangkauan pasar, serta mendorong peningkatan daya saing UMKM di era digital..

Kata Kunci: UMKM; Google Sites; website; digital marketing, literasi digital, daya saing.

Abstrak. This Community Service (PKM) aims to improve the knowledge and skills of MSME actors in creating and managing websites using Google Sites as a means of digital marketing. The method of implementing activities uses a participatory approach which includes observation of needs, delivery of materials, practical training (hands-on training), mentoring, and evaluation. The training material includes the concept of digital marketing, the importance of websites for MSMEs, and the practice of creating websites that contain business profiles, product catalogs, and contact information. The results of the activity showed that around 80% of participants were able to create a business website independently and understood the use of websites as a digital promotional medium. In addition, there was an increase in participants' understanding of the importance of branding, digital marketing, and digital transformation in supporting business development. The enthusiasm of the participants during the training also showed that the direct practice method and mentoring were effective in improving the digital competence of MSME actors. This activity has a positive impact on increasing digital literacy, business credibility, expanding market reach, and encouraging the increase in the competitiveness of MSMEs in the digital era.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha karena mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui berbagai platform digital. Di era ekonomi digital, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dan bersaing secara lebih kompetitif.

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengimplementasikan transformasi digital. Rendahnya literasi digital, keterbatasan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi, serta minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital menjadi faktor yang menghambat peningkatan daya saing usaha. Kondisi tersebut menyebabkan banyak pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional atau hanya memanfaatkan media sosial dan marketplace tanpa memiliki media promosi digital yang dikelola secara mandiri.

Website merupakan salah satu media digital yang memiliki peran strategis dalam membangun identitas usaha sekaligus meningkatkan kredibilitas bisnis. Berbeda dengan marketplace yang memiliki keterbatasan dalam pengelolaan identitas merek dan data pelanggan, website memberikan keleluasaan bagi pelaku usaha untuk menampilkan profil perusahaan, katalog produk, informasi layanan, hingga berbagai media komunikasi secara terintegrasi. Keberadaan website juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen karena informasi yang disajikan lebih lengkap, profesional, dan mudah diakses kapan saja.

Meskipun manfaat website telah banyak diketahui, kenyataannya sebagian besar pelaku UMKM masih beranggapan bahwa pembuatan website membutuhkan kemampuan pemrograman yang rumit serta biaya yang relatif tinggi. Persepsi tersebut menyebabkan rendahnya minat pelaku usaha untuk memiliki website sebagai media promosi. Di sisi lain, masih terbatasnya kegiatan pelatihan dan pendampingan yang bersifat praktis menyebabkan kemampuan digital pelaku UMKM berkembang secara lambat. Akibatnya, peluang pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan daya saing usaha belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Salah satu alternatif yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah pemanfaatan Google Sites sebagai platform pembuatan website. Google Sites merupakan layanan gratis yang mudah digunakan tanpa memerlukan kemampuan pemrograman (coding). Platform ini memungkinkan pelaku UMKM membuat website usaha secara mandiri dengan tampilan yang profesional serta dapat diintegrasikan dengan berbagai layanan Google, seperti Google Drive, Google Maps, Google Form, maupun media komunikasi digital lainnya. Kemudahan penggunaan tersebut menjadikan Google Sites sebagai solusi yang tepat bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya maupun kemampuan teknis.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap mitra kegiatan, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki website usaha, masih mengandalkan pemasaran melalui media sosial dan marketplace, serta belum memahami strategi digital marketing secara komprehensif. Selain itu, kemampuan dalam menyusun konten digital, mengelola informasi produk, dan membangun branding usaha juga masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan nyata terhadap program pelatihan yang tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha.

Sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui pelatihan pembuatan website menggunakan Google Sites bagi pelaku UMKM. Kegiatan dirancang menggunakan

pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, praktik langsung (hands-on training), pendampingan, dan evaluasi sehingga peserta mampu membangun serta mengelola website usaha secara mandiri. Pendekatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan literasi digital sekaligus mendorong adopsi teknologi informasi dalam kegiatan pemasaran UMKM.

Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan Google Sites sebagai media promosi digital, meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya digital marketing, serta memperkuat daya saing usaha melalui kepemilikan website yang profesional. Hasil kegiatan diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam membuat website, tetapi juga mendorong terbentuknya budaya transformasi digital yang berkelanjutan sehingga UMKM mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kredibilitas usaha, dan memperkuat daya saing pada era ekonomi digital.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) yang menempatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran dan mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh untuk mendukung pengembangan usahanya.

Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang belum memiliki website usaha atau masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan intensif selama satu hari dengan durasi sekitar 4–6 jam, yang terdiri atas penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan difokuskan pada peningkatan literasi digital serta kemampuan peserta dalam membuat website menggunakan platform Google Sites sebagai media promosi digital.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, pendampingan, dan evaluasi.

Tahap pertama adalah persiapan, yang diawali dengan observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra untuk mengetahui tingkat literasi digital peserta, kondisi usaha, serta permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran digital. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan mitra mengenai jadwal pelaksanaan, penyusunan materi pelatihan, serta persiapan sarana pendukung berupa perangkat komputer atau laptop, jaringan internet, proyektor, dan modul pelatihan.

Tahap kedua merupakan pelaksanaan pelatihan, yang diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep digital marketing, pentingnya transformasi digital bagi UMKM, manfaat website dalam meningkatkan kredibilitas usaha, serta pengenalan Google Sites sebagai platform pembuatan website yang mudah digunakan tanpa memerlukan kemampuan pemrograman. Setelah penyampaian materi, peserta mengikuti praktik langsung (hands-on training) dengan pendampingan dari tim pengabdian. Pada sesi praktik, peserta dibimbing secara bertahap mulai dari membuat halaman utama, menyusun profil usaha, menampilkan katalog produk atau jasa, mengunggah foto produk, menambahkan informasi kontak, hingga mempublikasikan website agar dapat diakses secara daring.

Tahap ketiga adalah pendampingan, yang bertujuan memastikan peserta mampu mengembangkan website secara mandiri setelah pelatihan selesai. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung maupun komunikasi secara daring untuk membantu peserta menyempurnakan tampilan website, memperbaiki struktur informasi, meningkatkan kualitas konten, serta mengatasi kendala teknis yang muncul selama proses pengembangan website.

Tahap terakhir adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan melalui observasi terhadap website yang berhasil dibuat peserta, diskusi, serta penyebaran kuesioner. Aspek yang dievaluasi meliputi peningkatan

pemahaman mengenai digital marketing, kemampuan peserta dalam mengoperasikan Google Sites, kemampuan menyusun konten digital, serta kemampuan memanfaatkan website sebagai media promosi usaha. Keberhasilan program ditentukan berdasarkan ketercapaian indikator, yaitu minimal 80% peserta mampu membuat website usaha secara mandiri dan mempublikasikannya sebagai media promosi digital.

Data kegiatan diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan. Hasil analisis digunakan untuk menggambarkan peningkatan literasi digital, keterampilan pembuatan website, serta pemanfaatan website sebagai media pemasaran dalam mendukung peningkatan daya saing UMKM.

HASIL DAN DISKUSI

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan melalui pelatihan pembuatan website menggunakan Google Sites bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi digital serta kemampuan peserta dalam memanfaatkan website sebagai media promosi usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui penyampaian materi, praktik langsung (hands-on training), pendampingan, dan evaluasi.

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi dan diskusi dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional, media sosial, dan marketplace sebagai media promosi. Peserta belum memiliki website usaha serta masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai digital marketing, branding digital, dan pengelolaan media promosi berbasis website. Kondisi tersebut menjadi dasar penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta.

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep digital marketing, pentingnya transformasi digital, manfaat website sebagai identitas digital usaha, serta pengenalan Google Sites sebagai platform pembuatan website yang mudah digunakan tanpa kemampuan pemrograman. Penyampaian materi berlangsung secara interaktif sehingga peserta dapat berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usahanya.

Selanjutnya, peserta mengikuti sesi praktik pembuatan website menggunakan Google Sites dengan pendampingan langsung dari tim pengabdian. Pada tahap ini peserta berhasil membuat halaman utama (homepage), menyusun profil usaha, menampilkan katalog produk atau jasa, menambahkan informasi kontak, serta mengintegrasikan website dengan Google Maps dan WhatsApp sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Pendekatan praktik langsung memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami setiap tahapan pembuatan website secara sistematis sehingga mampu menghasilkan media promosi digital yang siap digunakan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta berhasil membuat website usaha secara mandiri. Website yang dihasilkan telah memuat informasi utama mengenai usaha, seperti profil usaha, produk atau jasa yang ditawarkan, dokumentasi produk, serta informasi kontak yang dapat diakses secara daring. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya website sebagai sarana branding dan pemasaran digital. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa Google Sites merupakan platform yang mudah dipelajari dan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan kemampuan teknis.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga memberikan dampak terhadap peningkatan literasi digital peserta. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami bahwa website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kredibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Peserta juga mulai memahami pentingnya penyusunan konten digital

yang menarik melalui penggunaan foto produk berkualitas, deskripsi produk yang informatif, dan tampilan website yang mudah diakses.

Antusiasme peserta selama pelaksanaan kegiatan tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam sesi diskusi, kemampuan menyelesaikan setiap tahapan praktik, serta keinginan untuk terus mengembangkan website yang telah dibuat. Beberapa peserta juga menyampaikan rencana untuk mengintegrasikan website dengan media sosial dan marketplace agar pemasaran digital dapat dilakukan secara lebih optimal.

Diskusi

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik (hands-on training) merupakan metode yang efektif dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM. Keterlibatan peserta secara langsung dalam proses pembuatan website memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif dibandingkan metode ceramah semata. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta memahami setiap langkah pembuatan website sekaligus mampu mengimplementasikannya secara mandiri setelah kegiatan berakhir. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan digital secara lebih efektif dibandingkan pembelajaran yang hanya bersifat teoritis.

Pemanfaatan Google Sites sebagai media pelatihan juga terbukti sesuai dengan karakteristik peserta. Platform ini memiliki antarmuka yang sederhana, mudah dipelajari, tidak memerlukan kemampuan coding, serta dapat digunakan secara gratis. Kemudahan tersebut mengurangi hambatan adopsi teknologi yang selama ini menjadi salah satu kendala utama bagi pelaku UMKM dalam membangun identitas digital usahanya. Dengan demikian, Google Sites menjadi alternatif yang tepat bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya maupun biaya.

Website yang berhasil dibuat peserta memberikan manfaat strategis bagi pengembangan usaha. Keberadaan website memungkinkan pelaku UMKM memiliki media promosi yang dapat dikelola secara mandiri tanpa bergantung sepenuhnya pada marketplace. Selain memperkuat identitas merek (branding), website juga memberikan keleluasaan dalam menyampaikan informasi produk, memperbarui konten, serta membangun komunikasi dengan pelanggan melalui integrasi dengan berbagai platform digital. Kondisi ini berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperluas jangkauan pemasaran.

Walaupun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala. Perbedaan kemampuan peserta dalam mengoperasikan perangkat digital menyebabkan proses pendampingan membutuhkan waktu yang berbeda pada setiap kelompok. Selain itu, keterbatasan perangkat komputer serta kestabilan jaringan internet juga memengaruhi kelancaran praktik pembuatan website. Kendala tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh peningkatan kompetensi sumber daya manusia, tetapi juga oleh dukungan infrastruktur teknologi yang memadai.

Hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pendampingan berkelanjutan menjadi faktor penting dalam memastikan keberlanjutan pemanfaatan website. Setelah website selesai dibuat, peserta masih memerlukan bimbingan dalam mengembangkan desain, memperbarui konten, menerapkan teknik Search Engine Optimization (SEO), serta mengintegrasikan website dengan strategi pemasaran digital lainnya. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pendampingan dan pelatihan digital marketing perlu dilakukan agar website yang telah dibuat benar-benar memberikan dampak terhadap peningkatan kinerja usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan literasi digital, keterampilan teknis, dan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya website sebagai media promosi digital. Keberhasilan sekitar 80% peserta dalam membuat website secara mandiri menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis praktik dengan memanfaatkan Google Sites layak dijadikan salah satu strategi pemberdayaan UMKM untuk mendukung percepatan transformasi digital. Dalam jangka panjang, peningkatan kapasitas digital tersebut diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM, memperluas akses pasar, serta meningkatkan keberlanjutan usaha di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif.



Gambar 1 Foto Bersama Peserta Pkm

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui pelatihan pembuatan website menggunakan Google Sites berhasil meningkatkan literasi digital dan kompetensi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai media promosi usaha. Pendekatan yang mengintegrasikan penyampaian materi, praktik langsung (hands-on training), pendampingan, dan evaluasi terbukti efektif dalam membantu peserta memahami konsep digital marketing sekaligus mengimplementasikan pembuatan website secara mandiri.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta mampu membuat website usaha yang memuat profil usaha, katalog produk, serta informasi kontak sebagai media promosi digital. Selain peningkatan keterampilan teknis, peserta juga mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya website dalam membangun identitas usaha, meningkatkan kredibilitas bisnis, memperluas jangkauan pemasaran, dan mendukung strategi branding. Antusiasme peserta selama pelatihan serta kemampuan mereka dalam mengoperasikan Google Sites menunjukkan bahwa platform ini merupakan solusi yang mudah, praktis, dan ekonomis bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya maupun kemampuan teknis.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam mendorong transformasi digital UMKM melalui pemanfaatan website sebagai media promosi yang profesional. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas digital peserta dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi memperkuat daya saing, memperluas akses pasar, dan mendukung keberlanjutan usaha pada era ekonomi digital.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, diperlukan program pendampingan secara berkelanjutan agar pelaku UMKM mampu mengembangkan dan mengelola website yang telah dibuat secara optimal. Pendampingan lanjutan dapat difokuskan pada peningkatan kualitas desain website, pengelolaan konten digital, pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO), serta integrasi website dengan berbagai platform digital seperti media sosial, Google Business Profile, marketplace, dan aplikasi komunikasi pelanggan.

Selain itu, penyelenggaraan pelatihan lanjutan mengenai strategi digital marketing, pembuatan konten kreatif, fotografi produk, dan analisis pemasaran digital sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pemanfaatan website sebagai media promosi. Dukungan dari perguruan tinggi, pemerintah daerah, maupun lembaga terkait dalam bentuk penyediaan infrastruktur teknologi, akses internet, serta program pembinaan UMKM juga perlu diperkuat agar proses transformasi digital dapat berjalan secara berkesinambungan.

Untuk pengembangan program berikutnya, disarankan agar kegiatan PKM melibatkan jumlah peserta yang lebih luas, dilaksanakan dalam periode pendampingan yang lebih panjang, serta dilengkapi dengan evaluasi kuantitatif mengenai dampak penggunaan website terhadap peningkatan jumlah pelanggan, jangkauan pemasaran, dan pertumbuhan omzet usaha. Dengan demikian, manfaat program tidak hanya diukur dari peningkatan kompetensi peserta, tetapi juga dari kontribusinya terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM secara berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., & Ahmad, R. (2023). Digital transformation of SMEs: A systematic review and future research directions. *Journal of Business Research*, 161, 113847. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113847>
- Budiarti, L., Pratama, A., & Sari, D. (2023). Digital marketing strategies to improve SME performance in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(2), 145–156.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Google. (2025). Google Sites Help Center. <https://support.google.com/sites>
- Hidayat, R. S., Nugroho, A., & Prasetyo, B. (2024). Empowering SMEs through digital marketing and website development. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 45–55.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Kusumawati, T. I., & Lestari, P. (2023). Website-based product information system for SMEs. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 7(2), 98–107.
- Mardiani, E., Siregar, H., & Wijaya, R. (2024). The role of digital marketing in enhancing SME competitiveness. *International Journal of Economics and Management Studies*, 11(1), 25–34.
- Nasution, M. A., Putra, R., & Fauzi, A. (2024). Development of SME websites as a marketing tool in the digital era. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 15(1), 67–75.
- Pradiani, T. (2023). The impact of social media marketing and websites on SME performance. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 12–20.
- Putri, D. A., & Rahmawati, I. (2024). Increasing SME competitiveness through digital platforms. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 12(2), 89–101.
- Sari, M., & Utami, R. (2023). Digital literacy and its impact on SME performance in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 201–210.

- Setiawan, A., & Hidayah, N. (2024). Implementation of website technology for SME development. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 10(1), 55–63.
- Susanti, E., & Firmansyah, D. (2023). The role of digital transformation in SMEs sustainability. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 1–15.
- Wibowo, A., & Santoso, B. (2024). Adoption of digital platforms in SMEs: Challenges and opportunities. *International Journal of Business and Society*, 25(2), 310–325.
- Yuliana, L., & Kurniawan, H. (2023). Digital marketing training for SMEs: Impact and effectiveness. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2), 75–84.
- Zhang, X., & Chen, Y. (2024). The influence of website quality on customer trust in SMEs. *Electronic Commerce Research*, 24(1), 233–252