

Sosialisasi Pemanfaatan Website pada UMKM Warung Bu Nenden untuk Meningkatkan Efisiensi Pemesanan Makanan

Eggifian Saputra¹, Rakiin Dwiki Saputra¹, Muhammad Rasyid Ridho¹, Endro Ariyatno³Febri Darwani¹

¹Program Studi Sarjana Teknologi Informasi Fakultas Informatika, Telkom University, Jl. Telekomunikasi, Terusan Buahbatu, Bandung, Indonesia

e-mail: eggifians@student.telkomuniversity.ac.id,
rakinganteng@student.telkomuniversity.ac.id,
mrridho@student.telkomuniversity.ac.id,
endroa@telkomuniversity.ac.id,
febridawani@telkomuniversity.ac.id

Abstrak/Abstract

Digitalisasi dalam sektor UMKM semakin penting untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing, khususnya dalam industri kuliner. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM, khususnya Warung Bu Nenden, mengenai manfaat website sebagai alat pemasaran dan pemesanan makanan secara daring. Melalui pelatihan yang menggunakan platform Wix, peserta diberikan panduan praktis dalam pembuatan dan pengelolaan website yang dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha serta mempercepat proses transaksi pelanggan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta memahami manfaat website dalam meningkatkan efektivitas penjualan, meskipun masih terdapat tantangan dalam penerapannya, seperti keterbatasan jumlah peserta dari UMKM lain. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi lebih luas dan pelatihan lanjutan untuk memastikan pemanfaatan teknologi digital secara optimal dalam mendukung pertumbuhan usaha kecil di era modern.

Kata kunci: Digitalisasi, UMKM, Website, Pemesanan Online, Wix

1. METODE PENGABDIAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, teknologi informasi telah menjadi bagian integral dari berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu inovasi yang semakin penting bagi UMKM, khususnya di bidang kuliner, adalah pemanfaatan website sebagai media pemasaran dan pemesanan online (Rahayu & Day, 2017). Website memberikan banyak manfaat bagi pelaku UMKM, seperti meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah interaksi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar (Gatautis, 2017).

Warung Bu Nenden, sebagai salah satu UMKM di bidang kuliner yang berlokasi di sekitar Universitas Telkom, mengalami tantangan dalam menjangkau pelanggan secara lebih luas. Keberadaan website dapat membantu dalam meningkatkan efektivitas pemesanan makanan secara online, memberikan kemudahan bagi pelanggan, serta meningkatkan efisiensi operasional bisnis (Purnomo, 2019). Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi mengenai pentingnya website bagi Warung Bu Nenden menjadi langkah strategis untuk mengedukasi pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saingnya di pasar.

Selain itu, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan website dalam bisnis UMKM dapat meningkatkan pendapatan serta memperbaiki manajemen

mereka. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan Warung Bu Nenden serta UMKM lainnya dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan daya saing mereka di era modern.

2. METODE PENGABDIAN

2.1 Solusi Pengabdian Masyarakat dan Urgensi

Digitalisasi UMKM menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah. Penerapan website sebagai media promosi dan transaksi online menjadi solusi efektif dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital (Santoso & Wicaksono, 2021). Warung Bu Nenden, sebagai bagian dari UMKM di sektor kuliner, memerlukan strategi modern untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan makanan serta meningkatkan visibilitas usaha secara daring. Salah satu solusi utama adalah pembuatan website berbasis platform yang mudah digunakan, seperti Wix, yang memungkinkan UMKM memiliki tampilan digital tanpa memerlukan keterampilan teknis yang kompleks (Rizal et al., 2022). Selain itu, edukasi mengenai strategi pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial juga menjadi bagian penting dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

Solusi yang ditawarkan dalam program ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, penyuluhan dan sosialisasi mengenai pentingnya website sebagai media pemasaran akan diberikan kepada pemilik Warung Bu Nenden. Dalam sesi ini, dijelaskan bagaimana website dapat meningkatkan engagement pelanggan dan mendukung strategi bisnis berbasis digital. Kedua, pelatihan pembuatan website akan difokuskan pada penggunaan platform Wix, yang memungkinkan pemilik usaha untuk membuat dan mengelola website secara mandiri. Pelatihan ini juga akan mencakup pengelolaan menu digital, sistem pemesanan, serta teknik SEO dasar agar website dapat lebih mudah ditemukan di mesin pencari (Hidayat & Fikriah, 2022).

Selanjutnya, optimalisasi media sosial dan integrasi dengan website menjadi langkah strategis untuk meningkatkan jangkauan pelanggan. Media sosial seperti Instagram dan Facebook akan diintegrasikan dengan website Warung Bu Nenden. Strategi pemasaran berbasis digital juga akan diajarkan, termasuk cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan konversi penjualan (Makky & Yasirandi, 2023). Terakhir, pendampingan dan evaluasi akan dilakukan setelah pelatihan guna menilai efektivitas penerapan website dan strategi digitalisasi yang telah dijalankan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta memberikan rekomendasi perbaikan agar digitalisasi UMKM lebih efektif dan berkelanjutan.

2.2 Target Luaran

Adapun target luaran yang ingin dicapai dalam program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut. Pertama, website fungsional untuk Warung Bu Nenden yang dapat diakses oleh pelanggan untuk melihat menu, melakukan pemesanan online, serta menghubungi pemilik usaha. Website ini juga harus memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti tampilan yang menarik, responsif di berbagai perangkat, serta optimasi SEO. Kedua, meningkatnya pemahaman digitalisasi pada UMKM, di mana pemilik Warung Bu Nenden memahami manfaat website dalam meningkatkan daya saing usaha dan mampu mengelola website secara mandiri setelah sesi pelatihan selesai.

Selanjutnya, integrasi media sosial sebagai sarana pemasaran digital menjadi target yang ingin dicapai. UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan mengarahkan pelanggan ke website mereka. Hal ini juga mencakup peningkatan keterampilan dalam membuat konten digital yang menarik bagi pelanggan. Terakhir, dokumentasi dan laporan kegiatan akan disusun dalam bentuk modul pelatihan dan dokumentasi yang dapat digunakan oleh UMKM lain sebagai referensi. Publikasi kegiatan dalam bentuk laporan ilmiah dan video dokumentasi juga akan dibuat untuk disebarluaskan kepada masyarakat luas.

Dengan penerapan solusi ini, diharapkan Warung Bu Nenden dapat bersaing di era digital serta mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan makanan. Digitalisasi UMKM terbukti dapat meningkatkan efektivitas bisnis dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan (Direktur Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan sosialisasi pentingnya website bagi UMKM Warung Bu Nenden telah dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pemanfaatan teknologi dalam proses pemesanan makanan. Kegiatan ini melibatkan penyampaian materi secara teoritis serta praktik langsung dalam pembuatan website sederhana menggunakan platform Wix. Sesi pelatihan mencakup beberapa tahapan utama.

Pertama, pengenalan konsep website untuk UMKM, di mana peserta diberikan pemahaman mengenai manfaat dan peran website dalam meningkatkan visibilitas bisnis serta kemudahan dalam transaksi pemesanan makanan. Kedua, workshop pembuatan website dilakukan dengan pendampingan dalam pembuatan website menggunakan platform Wix, mulai dari pemilihan template hingga pengisian informasi usaha. Ketiga, sesi tanya jawab yang memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk bertanya mengenai kendala yang dihadapi dalam penerapan teknologi ini. Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung di lokasi Warung Bu Nenden, dan diikuti oleh pemilik serta beberapa staf yang terlibat dalam operasional usaha



Gambar 2. Proses sosialisasi

3.2 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan feedback dari peserta melalui survei yang telah disediakan. Survei ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kegiatan yang telah dilakukan, baik dari segi penyampaian materi, keterlibatan peserta, serta dampak yang dirasakan oleh mitra sasaran.

Berikut adalah hasil survei yang telah dikumpulkan dari peserta kegiatan:

Tabel 1. Tabel Survey

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju
1	Apakah program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan?	✓		
2	Apakah mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap terhadap kegiatan?	✓		
3	Kegiatan yang dilakukan di mahasiswa di telkom university dapat membantu UMKM?	✓		

Dari hasil survei, dapat disimpulkan bahwa peserta merasa kegiatan ini memberikan manfaat yang signifikan terhadap pengelolaan usaha mereka. Kegiatan ini juga mendapat tanggapan positif terkait dengan kesesuaian materi dan pendekatan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Telkom.

3.3 Analisis dan Kendala

Dari evaluasi yang dilakukan, terdapat beberapa poin penting yang menjadi catatan untuk pengembangan lebih lanjut. Pertama, manfaat yang dirasakan menunjukkan bahwa pemilik Warung Bu Nenden mendapatkan wawasan baru mengenai pemanfaatan teknologi dalam bisnis mereka, khususnya dalam meningkatkan efisiensi pemesanan makanan. Kedua, kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah terbatasnya jumlah peserta yang dapat mengikuti pelatihan. Diharapkan pada kegiatan mendatang, jangkauan pelatihan dapat diperluas ke lebih banyak UMKM di sekitar Universitas Telkom. Ketiga, potensi pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan lanjutan yang berfokus pada optimalisasi fitur website, pemasaran digital, serta strategi SEO untuk meningkatkan trafik pelanggan.

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM seperti Warung Bu Nenden dapat lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan meningkatkan daya saing mereka di era modern.

4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi mengenai pentingnya website pada UMKM Warung Bu Nenden telah dilaksanakan dengan tujuan memberikan edukasi kepada pelaku usaha mengenai manfaat digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di era teknologi. Program ini berhasil mengedukasi pelaku UMKM mengenai pembuatan dan pemanfaatan website sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas usaha serta mempercepat proses pemesanan makanan. Dari hasil kegiatan, pemilik Warung Bu Nenden telah memahami pentingnya website dan berhasil melakukan uji coba sederhana dalam pembuatan situs menggunakan platform Wix. Kegiatan ini juga memberikan wawasan kepada pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran digital yang dapat membantu dalam menjangkau pelanggan lebih luas. Selain itu, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa kegiatan ini bermanfaat, baik dalam aspek pemahaman teknologi maupun penerapan dalam bisnis kuliner mereka. Meskipun kegiatan ini telah memberikan dampak positif, terdapat beberapa keterbatasan yang ditemukan, seperti kurangnya jumlah peserta dari UMKM lain di sekitar lokasi kegiatan. Oleh karena itu, untuk implementasi lebih lanjut, diharapkan cakupan kegiatan dapat diperluas agar lebih banyak UMKM yang mendapatkan manfaat dari edukasi ini.

5. SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas program serupa di masa mendatang, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah: Perluasan Sasaran Peserta - Kegiatan sosialisasi perlu menjangkau lebih banyak pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner lainnya, agar manfaat dari digitalisasi dapat dirasakan secara lebih luas. Pelaksanaan Pelatihan Berkelanjutan - Disarankan adanya sesi pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai manajemen website, optimasi SEO, serta strategi pemasaran

digital berbasis media sosial dan Google My Business. Kolaborasi dengan Pihak Terkait - Kerja sama dengan instansi pendidikan, pemerintah, maupun komunitas bisnis dapat menjadi strategi untuk meningkatkan skala dan efektivitas program sosialisasi ini. Evaluasi dan Pengembangan Materi - Materi pelatihan perlu terus diperbarui sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren digitalisasi agar dapat memberikan solusi yang relevan bagi pelaku UMKM. Dengan implementasi saran ini, diharapkan kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan website untuk UMKM dapat berjalan lebih optimal dan memberikan dampak jangka panjang bagi pertumbuhan usaha kecil di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Telkom University yang telah memberi dukungan terhadap keberhasilan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktur Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). *Spektrum Keahlian Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)/Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK)*.
- Hidayat, H., & Fikriah, F. (2022). *Pengenalan Augmented Reality (AR) sebagai Media Pembelajaran di SMK NU Kesesi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat TEKNO*, 3(2), 77–83.
- Makky, M. A., & Yasirandi, R. (2023). *Strategi Digital Marketing untuk UMKM Kuliner dalam Meningkatkan Penjualan*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 4(1), 45–52.
- Rizal, M. R., Fikriah, F. K., & Hidayat, H. (2022). *Implementasi Digitalisasi UMKM melalui Pembuatan Website Sederhana dengan Wix*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 2(1), 30–38.
- Santoso, H. B., & Wicaksono, A. (2021). *Dasar-Dasar Broadcasting dan Perfilman: Untuk Kelas X SMK/MAK*. Pusat Kurikulum dan Perbukuan Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan Kementerian Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
- Choshin, M., & Ghaffari, A. (2017). An investigation of the impact of effective factors on the success of e-commerce in small- and medium-sized businesses. *Computers in Human Behavior*, 66, 67-74.
- Gatautis, R. (2017). The impact of ICT on economic growth: Insights from the Baltic States. *Technological and Economic Development of Economy*, 23(2), 317-334.
- Purnomo, S. (2019). Strategies for enhancing e-commerce adoption among Indonesian SMEs. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 7(1), 45-59.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Telematics and Informatics*, 34(1), 101-116.
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). Understanding the impact of social media usage among businesses. *Industrial Management & Data Systems*, 118(4), 740-764.