JACS (Journal of Applied Comunity Service)
https://ejournal.gws-tech.id/index.php/jacs
Vol. 1, No. 1, 2025, Hal. 31-38

IMPLEMENTASI WEBSITE PROFIL DAN LAYANAN PEMESANAN SEBAGAI STRATEGI DIGITALISASI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)

IMPLEMENTATION OF PROFILE WEBSITE AND ORDERING SERVICES AS A DIGITALIZATION STRATEGY FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs)

Saputra Yahya Wijaksono[1], Moh.Sidni Ilma[2], Ainur Rofiq [3], Muh Abdul Raihan [4], Dyah Apriliani [5]
[1,2,3,4,5] D4 Teknik Informatika, Universitas Harkat Negeri, Indonesia
saputrayahya0607@gmail.com, sidniilma89@gmail.com, abdurraihan59@gmail.com, ainrrofiq575@gmail.com, dyahapril@harkatnegeri.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Salah satu UMKM kuliner di Jawa Tengah masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan media digital untuk menampilkan profil usaha, promosi produk, serta belum didukung oleh sistem pemesanan online. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendukung digitalisasi usaha melalui pembuatan website profil dan layanan pemesanan online. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, pengembangan sistem, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada mitra yang melibatkan 2 orang pengelola usaha. Evaluasi dilakukan melalui observasi kemampuan mitra dalam mengelola website serta memanfaatkan fitur pemesanan secara mandiri. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap teknologi digital sebesar ±70%, peningkatan keterampilan pengelolaan menu dan pemesanan online sebesar ±65%, serta peningkatan efisiensi pelayanan pemesanan sekitar ±40%. Website juga berkontribusi dalam meningkatkan citra profesional usaha dan memperluas jangkauan promosi.

Kata Kunci: *UMKM; digitalisasi; website; pemesanan online;.*

Abstract: *One culinary MSME in Central Java still faces limitations in utilizing digital media to present its business profile and promote products and is not yet supported by an online ordering system. This community service activity aimed to support business digitalization through the development of a profile website and online ordering services. The methods included observation, interviews, system development, socialization, training, and mentoring involving two business partners. Evaluation was conducted by observing the partners' ability to independently manage the website and utilize the ordering features. The results showed an improvement in partners' understanding of digital technology by approximately 70%, an increase in menu and online order management skills by about 65%, and an estimated 40% improvement in ordering service efficiency. The website also contributed to enhancing business professionalism and expanding promotional reach.*

Keywords: MSMEs; digitalization; website; online ordering

Article History:
Received: 18-12-2025
Revised : 19-12-2025
Accepted: 19-12-2025
Online : 19-12-2025

This is an open access article under the CC–BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi digital telah menghasilkan transformasi signifikan di berbagai bidang, termasuk ekonomi dan bisnis. Transformasi digital mendorong pelaku bisnis agar menyesuaikan diri dengan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penerapan teknologi digital menjadi elemen yang signifikan yang dapat mengtransformasi dunia bisnis dan memperkuat posisi kompetitif usaha di zaman teknologi saat ini.(Munawaroh, 2025)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang penting dalam ekonomi negara karena mereka berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang kerja. Namun, banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya tingkat pengetahuan tentang digital, terbatasnya akses terhadap teknologi, serta ketergantungan pada cara promosi dan transaksi yang tradisional. Keadaan ini membuat UMKM kesulitan untuk berkembang dengan baik dan kurang mampu bersaing dengan usaha yang sudah menggunakan teknologi digital dengan lebih baik.(Bahasoan et al., 2024; Munawaroh, 2025)

Masalah ini juga dirasakan oleh sebuah UMKM di sektor kuliner yang berada di Jawa Tengah. Berdasarkan hasil pengamatan awal, mitra belum memiliki platform digital resmi untuk menampilkan profil usaha dan informasi produk dengan cara yang teratur. Proses promosi masih dilaksanakan dengan cara yang sederhana melalui media sosial, sementara pemesanan produk dilakukan secara manual melalui pesan pribadi. Situasi ini menyebabkan pencatatan pesanan menjadi tidak teratur, pelayanan kurang efektif, dan jangkauan promosi yang sempit. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya pendampingan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.(Sholikin, 2024)

Berbagai studi dan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, khususnya melalui website, dapat memberikan dampak yang baik bagi perkembangan UMKM. Situs web berperan sebagai alat promosi yang efisien, sumber informasi mengenai usaha, serta saluran komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Pengembangan situs web untuk bisnis digital terbukti dapat meningkatkan profesionalisme UMKM di bidang kuliner serta memudahkan dalam menyampaikan informasi produk kepada pelanggan.(Zulfikar, 2024)(K. Ngibad, N. Yucha, W. Purnamasari, K. Anam, A. Syukri, 2025)

Di samping itu, keberhasilan digitalisasi UMKM sangat tergantung pada adanya pelatihan dan pendampingan yang terus-menerus. Pelatihan mengenai pemasaran digital dan pengelolaan situs web terbukti dapat meningkatkan pengetahuan serta kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital secara mandiri. Pemanfaatan situs web

dinamis yang dilengkapi dengan sistem manajemen konten memungkinkan UMKM untuk mengelola informasi dan produk tanpa harus memiliki keterampilan teknis yang rumit.(Sindi & Wafa, 2024)(Widjayanti, 2024)

Berdasarkan analisis dan masalah yang ada, kegiatan pengabdian ini memberikan solusi dalam bentuk pengembangan situs web profil usaha yang disertai dengan fitur pemesanan secara daring. Situs web ini dibangun dengan menggunakan framework Flask, yang memiliki sifat ringan, fleksibel, dan cocok untuk kebutuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk mendukung digitalisasi salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner di Jawa Tengah dengan memanfaatkan website sebagai alat untuk promosi dan pemesanan. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta kemandirian mitra dalam penggunaan teknologi digital yang berkelanjutan.(Sindi & Wafa, 2024)(Widjayanti, 2024)

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Metode pelaksanaan terdiri atas kegiatan dosen dan mahasiswa yang saling terintegrasi. Dosen berperan dalam perencanaan program, penyampaian materi, serta pendampingan teknis, sedangkan mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan lapangan, pengembangan sistem, serta pendampingan operasional sebagai bagian dari kegiatan praktik lapangan.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah salah satu UMKM di bidang kuliner yang berlokasi di Jawa Tengah. Usaha tersebut dikelola secara mandiri dan bergerak pada penjualan makanan siap saji. Jumlah mitra yang terlibat secara langsung dalam kegiatan ini sebanyak dua orang pengelola usaha yang bertanggung jawab terhadap operasional, promosi, dan pelayanan kepada pelanggan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap pra kegiatan yang meliputi observasi lapangan dan wawancara awal untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan mitra terkait digitalisasi. Hasil dari tahap ini digunakan sebagai dasar dalam merancang solusi yang sesuai, yaitu pengembangan website profil usaha yang dilengkapi dengan layanan pemesanan online.

Tahap kegiatan inti meliputi pengembangan website, sosialisasi pemanfaatan sistem, serta pelatihan dan pendampingan penggunaan website kepada mitra. Pelatihan dilaksanakan secara langsung dengan metode demonstrasi dan praktik, sehingga mitra dapat memahami cara mengelola konten, memperbarui menu, serta memproses pesanan secara mandiri melalui sistem yang dikembangkan.

Monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan dalam dua tahap, yaitu saat kegiatan berlangsung dan pasca kegiatan lapangan. Evaluasi selama kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk menilai tingkat pemahaman dan keterampilan mitra dalam menggunakan website. Evaluasi pasca kegiatan dilakukan untuk melihat keberlanjutan pemanfaatan sistem, efektivitas layanan pemesanan, serta dampak penerapan website terhadap proses operasional usaha. Instrumen evaluasi yang digunakan meliputi angket, wawancara, dan observasi langsung.

.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Website Profil Usaha dan Layanan Pemesanan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan sebuah website profil usaha yang dilengkapi dengan layanan pemesanan online untuk salah satu UMKM kuliner di Jawa Tengah. Website dikembangkan menggunakan framework Flask dan dirancang sebagai media promosi digital sekaligus sarana pemesanan yang terintegrasi dengan aplikasi WhatsApp. Implementasi website ini bertujuan untuk menggantikan proses promosi dan pemesanan manual yang sebelumnya dilakukan secara terbatas.

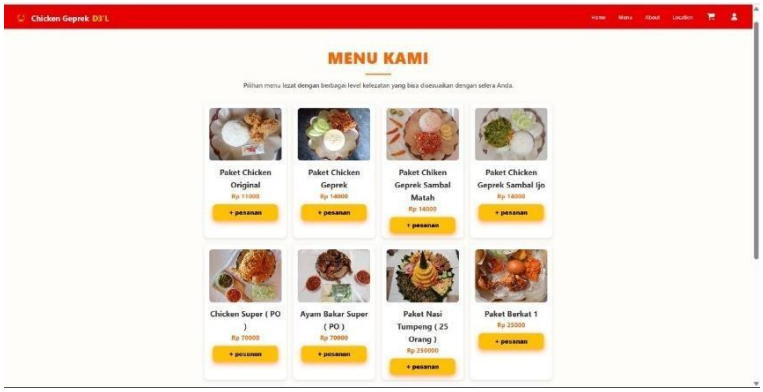
Website yang dikembangkan dalam kegiatan pengabdian ini berfungsi sebagai media digital untuk menampilkan profil usaha, informasi produk, serta layanan pemesanan online. Halaman utama website menyajikan informasi singkat mengenai usaha, menu unggulan, dan kontak yang dapat dihubungi pelanggan. Tampilan antarmuka dirancang sederhana dan responsif agar dapat diakses dengan mudah melalui perangkat desktop maupun smartphone.



Gambar 1. Tampilan Halaman Utama Website Profil Usaha

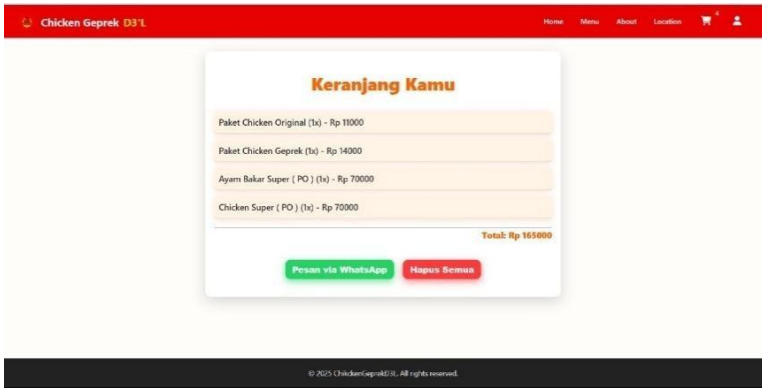
Fitur galeri menu disediakan untuk menampilkan daftar produk secara visual, lengkap dengan nama menu, harga, dan foto produk. Keberadaan fitur ini memudahkan pelanggan dalam melihat variasi menu yang tersedia sebelum melakukan pemesanan. Dengan adanya galeri menu yang terstruktur, informasi produk dapat disampaikan secara lebih menarik dan profesional dibandingkan metode promosi sebelumnya.

\



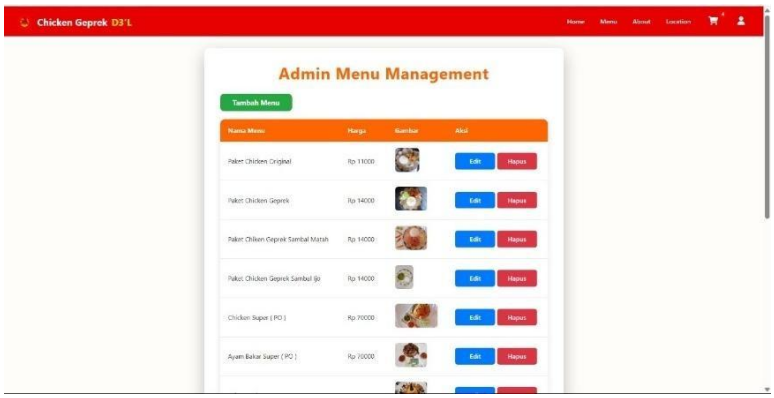
Gambar 2 Halaman Galeri Menu Produk

Website ini juga dilengkapi dengan sistem pemesanan online yang terintegrasi langsung dengan aplikasi WhatsApp. Melalui formulir pemesanan, pelanggan dapat memilih menu dan jumlah pesanan, kemudian sistem secara otomatis mengarahkan pelanggan ke WhatsApp mitra dengan format pesan yang telah disesuaikan. Fitur ini membantu mempercepat proses transaksi dan mengurangi kesalahan pencatatan pesanan.



Gambar 3 Formulir Pemesanan Terintegrasi WhatsApp

Selain fitur untuk pelanggan, website menyediakan panel admin yang dapat diakses oleh mitra untuk mengelola konten secara mandiri. Melalui panel admin, mitra dapat menambah, mengubah, dan menghapus data menu, serta memperbarui informasi usaha sesuai kebutuhan. Fitur ini dirancang agar mudah digunakan sehingga mitra tidak bergantung pada pihak pengembang dalam pengelolaan website.



Gambar 4 Panel Admin Pengelolaan Menu

2. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring kegiatan dilakukan selama proses pelaksanaan melalui observasi langsung dan wawancara dengan mitra untuk menilai tingkat pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan website. Evaluasi saat kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa mitra mampu mengikuti pelatihan dengan baik dan dapat mengoperasikan fitur dasar website setelah sesi praktik.

Evaluasi pasca kegiatan dilakukan menggunakan angket dan wawancara untuk mengukur dampak penerapan website terhadap operasional usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pemanfaatan teknologi digital sebesar ±70%. Selain itu, keterampilan mitra dalam mengelola menu dan memproses pemesanan online meningkat sebesar ±65%. Dari sisi layanan, penggunaan website dan integrasi WhatsApp meningkatkan efisiensi proses pemesanan sekitar ±40% dibandingkan metode manual sebelumnya.

Website yang dikembangkan juga dinilai mampu meningkatkan citra profesional usaha serta memperluas jangkauan promosi, karena pelanggan dapat melihat menu dan melakukan pemesanan dengan lebih praktis.

3. Kendala dan Solusi

Selama pelaksanaan kegiatan, kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengalaman mitra dalam menggunakan teknologi digital dan sistem berbasis web. Untuk mengatasi hal tersebut, tim memberikan pendampingan intensif melalui praktik langsung serta menyediakan panduan tertulis sebagai referensi penggunaan sistem. Selain itu, website saat ini masih berjalan secara lokal dan belum dihosting secara online. Solusi yang direncanakan adalah melakukan hosting website agar dapat diakses secara publik dan dimanfaatkan secara optimal dalam jangka Panjang.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung digitalisasi salah satu UMKM kuliner di Jawa Tengah melalui pembuatan website profil usaha dan layanan pemesanan online. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, tujuan tersebut telah tercapai dengan baik, ditandai dengan tersedianya website yang berfungsi sebagai media promosi digital, pusat informasi usaha, serta sarana pemesanan yang terintegrasi dengan

aplikasi WhatsApp. Implementasi website ini mampu menggantikan proses promosi dan pemesanan manual yang sebelumnya kurang terstruktur, sehingga mendukung peningkatan efisiensi layanan dan citra profesional usaha.

Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam pemanfaatan teknologi digital. Pemahaman mitra terhadap penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan pemesanan meningkat sebesar ±70%, sedangkan keterampilan pengelolaan menu dan pemesanan online melalui website meningkat sebesar ±65%. Selain itu, penerapan sistem pemesanan online juga memberikan dampak pada peningkatan efisiensi pelayanan sebesar ±40% dibandingkan dengan proses manual sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan tidak hanya menghasilkan luaran berupa sistem, tetapi juga meningkatkan softskill dan hardskill mitra secara nyata.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar mitra terus memanfaatkan dan mengembangkan website secara berkelanjutan, termasuk melakukan hosting agar website dapat diakses secara publik. Pengembangan fitur tambahan seperti laporan penjualan atau integrasi pembayaran digital dapat menjadi rekomendasi pengabdian terapan atau penelitian lanjutan. Selain itu, kegiatan pendampingan lanjutan di bidang teknologi digital juga disarankan untuk memperkuat kemandirian UMKM dalam mengelola usaha berbasis digital dan memperluas penerapan solusi serupa pada sektor UMKM lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Harkat Negeri atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra UMKM yang telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi aktif selama proses pelaksanaan kegiatan. Selain itu, apresiasi diberikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bahasoan, A. N., S, N. Q., Wahdaniah, B, I., & Azis, M. S. (2024). Transformasi Digital pada UMKM: Penggerak Pertumbuhan Ekonomi dan Inklusi di Negara Berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, *5*(1), 9–19. https://doi.org/10.58707/jipm.v5i1.1085

K. Ngibad, N. Yucha, W. Purnamasari, K. Anam, A. Syukri. (2025). *Optimalisasi Pemasaran UMKM melalui Digital Marketing Website di Kelurahan Tambak Kemerakan Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo*. *2*(8), 3861–3866.

Munawaroh, A. N. M. (2025). Transformasi Digital Mengubah Lanskap Bisnis UMKM di Era Teknologi. *Trending Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, *3*(1), 271–278. https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3730

Sholikin, A. (2024). Tantangan dan Peluang Pemberdayaan UMKM di Indonesia: Antara Regulasi, Akses Permodalan, dan Digitalisasi. *Madani J. Polit. Dan Sos. Kemasyarakatan*, *16*(03), 429–451. https://doi.org/10.52166/madani.v16i03.9002

Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. *Journal of Visual Languages & Computing*, *11*(3), 287–301.

Sindi, P. P., & Wafa, Z. (2024). Transformasi Digital UMKM: Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Berbasis AIDA Pada UMKM Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 235–240.

Widjayanti, I. S. and F. N. (2024). Pemanfaatan Website Dinamis Terintegrasi sebagai Pusat Informasi dan Media Promosi Pada SMA/MA dan SMK Muhammadiyah Kabupaten Jember. *Arch. J. Pengabdi. Kpd. Masy*, *4*(1), 1–9. https://doi.org/10.55506/arch.v4i1.105.

Zulfikar, Z. (2024). Perancangan dan Pengembangan Website Bisnis Digital untuk UMKM Kuliner. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, *7*(1), 32–41. https://doi.org/10.59061/jsit.v7i1.908