JACS (Journal of Applied Comunity Service)
https://ejournal.gws-tech.id/index.php/jacs
Vol. 1, No. 1, 2025, Hal. 54-70

STUDI DIGITALISASI UMKM MELALUI PENGEMBANGAN *WEBSITE* PROFIL DAN LAYANAN PEMESANAN DIGITAL

A STUDY ON THE DIGITALIZATION OF MSME'S THROUGH THE DEVELOPMENT OF A BUSINESS PROFILE AND DIGITAL ORDERING SERVICE WEBSITE

FikriFerryFahrezi[1], AryaFahrezi Amarully[2], Salsabila Ramadhani[3] , Diana Aulia[4], Arif Hidayah[5]
[1,2,3,4,5]D4 Teknik Informatika, Universitas Harkat Negeri, Indonesia
aryamaroely86@gmail.com, fikriferryf1@gmail.com, salsarama1510@gmail.com, dianaaulia00000@gmail.com, arifhidayah@poltekharber.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Di era modern yang semakin berkembang, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perlu belajar beradaptasi dan menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Salah satu kesulitan yang dihadapi oleh (UMKM) adalah terbatasnya kemampuan dalam promosi dan layanan pemesanan produk. Seperti yang di alami oleh Irish Cafe and Bakery, sebuah kafe yang berada di Tegal, inovasi melalui digitalisasi layanan sangat penting untuk memperluas pasarnya dan juga untuk meningkatkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, Kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan sharing session mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi, kewirausahaan digital, serta pelatihan pembuatan *website* menggunakan CMS (*Content Management System*) yang berbasis pada *OpenCart* dan *Laravel* sebagai *framework*. Hasil dari kegiatan ini adalah sebuah *website* yang dapat dimanfaatkan oleh *Irish Cafe and Bakery* untuk memperlihatkan informasi tentang bisnis, produk yang ditawarkan, dan juga untuk menerima pesanan secara digital. Dengan adanya digitalisasi ini, diharapkan *Irish Cafe and Bakery* dapat meningkatkan daya tarik usaha, lebih mengakses pelanggan, serta mempermudah dalam proses bertransaksi.

Kata Kunci: UMKM; Digitalisasi; *Website; Irish Cafe and Bakery;*

Abstract: *In this increasingly modern era, micro, small, and medium enterprises (MSMEs) need to learn to adapt and utilize information technology to increase their competitiveness. One of the challenges faced by MSMEs is limited capabilities in product promotion and ordering services. As experienced by Irish Cafe and Bakery, a cafe located in Tegal, innovation through digitalization services is crucial for expanding its market and also for improving operational efficiency. Therefore, this activity was carried out with a sharing session on approaches regarding the importance of utilizing technology, digital entrepreneurship, and training on website creation using a CMS (Content Management System) based on OpenCart and Laravel as a framework. The result of this activity is a website that can be used by Irish Cafe and Bakery to display information about the business, the products offered, and also to receive orders digitally. With this digitalization, it is hoped that Irish Cafe and Bakery can increase business attractiveness, better access to customers, and simplify the transaction process.*

Keywords: *MSMEs; Digitalization; Websites; Irish Cafe and Bakery;*

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

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Di bidang kuliner, UMKM menjadi salah satu sektor yang terus berkembang dan dekat dengan kebutuhan masyarakat (Ayuningtias, 2025). Salah satu UMKM Saat ini yang sedang naik daun yaitu bisnis kafe, seiring dengan tingginya minat masyarakat menghabiskan waktu di kafe untuk tuntaskan berbagai keperluan. (Asyhar, 2019) serta (Ayu & Wijayanti, 2019) menyatakan revolusi industri 4.0 ini juga membuat masyarakat dapat bekerja dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga masyarakat dapat bekerja secara *mobile*, dapat dilakukan dimana saja dan tidak membutuhkan kantor khusus untuk bekerja. Ada yang datang buat bekerja dan belajar kelompok, ada juga yang datang buat *me time* dan ngobrol bersama *circle* pertemanan. Suasana nyaman dengan tempat yang kekinian membuat aktivitas berkumpul di kafe jadi *lifestyle* baru. Apalagi Aturan baru tentang *Work From Anywhere* (WFA) di Indonesia, terutama untuk Aparatur Sipil Negara (ASN) dilansir melalui (Kemenpan-RB, 2025) Peraturan Menpan-RB Nomor 4 Tahun 2025 Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kemenpan-RB), memang mendorong *"Work From Coffee"* dan lokasi fleksibel lainnya, memungkinkan ASN bekerja dari kafe, rumah, atau *co-working space* dengan jam fleksibel.

Di era perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya internet, kondisi ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif. Promosi kini dapat dilakukan dengan memanfaatkan internet atau yang dikenal dengan istilah *digital marketing*. Dilansir dari artikel (Kompasiana.com) Pengertian *digital marketing* menurut (Komalasari, 2021) adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar yang dilakukan melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana, termasuk jejaring sosial. Sementara itu, (Chakti, 2019) mendefinisikan *digital marketing* sebagai seluruh upaya pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat yang terhubung ke internet melalui beragam

strategi dan media digital. Konsep *digital marketing* berawal dari perkembangan internet dan mesin pencari (*search engines*) pada berbagai situs. Ketika penggunaan internet meningkat pesat pada tahun 2001, pasar mesin pencari didominasi oleh *Google* dan *Yahoo* melalui praktik *search engine optimization* (SEO). Aktivitas pencarian berbasis internet terus berkembang hingga tahun 2006, dan pada tahun 2007 lonjakan penggunaan perangkat *mobile* semakin mendorong peningkatan akses internet. Kondisi ini membuat masyarakat dari berbagai belahan dunia mulai terhubung satu sama lain melalui berbagai platform media sosial (Khan & Siddiqui, 2013).

Sejumlah studi sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi memang menjadi solusi nyata bagi UMKM yang ingin berkembang. Studi yang dilakukan oleh (Afriansyah et al., 2025) menyatakan Tanpa kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan ini, UMKM berisiko tertinggal dalam persaingan, terutama ketika berhadapan dengan produk dari luar daerah yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dengan pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*), UMKM dapat menjalankan strategi promosi yang lebih terarah, terukur, dan interaktif. Menurut (Petaya et al., 2025) *digital marketing* merupakan istilah umum untuk kegiatan pemasaran produk atau jasa dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga prosesnya dapat diukur dan disesuaikan dengan target yang lebih spesifik. Chaffey (2013) dalam (Syukri et al.,2022) menguatkan *digital marketing* merupakan pemanfaatan teknologi untuk mendukung berbagai aktivitas pemasaran dengan tujuan meningkatkan pengetahuan konsumen serta menyesuaikannya dengan kebutuhan mereka. Temuan-temuan ini memperjelas bahwa permasalahan promosi manual dan jangkauan yang terbatas dapat diatasi melalui digitalisasi, khususnya dengan menyediakan *website* resmi.

Transformasi digital pada sektor UMKM tidak akan mencapai hasil yang optimal tanpa adanya dukungan kebijakan publik dan penguatan infrastruktur digital yang merata (Astuti et al., 2025). Pemerintah Indonesia, melalui berbagai kementerian dan lembaga, telah melaksanakan sejumlah program strategis guna mempercepat proses digitalisasi UMKM.

Kementerian Koperasi dan UKM bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menargetkan sebanyak 30 juta UMKM dapat terintegrasi ke dalam ekosistem digital pada akhir tahun 2024.

Irish Cafe and Bakery sebuah kafe yang berada di kota Tegal. Kafe ni merupakan salah satu UMKM kuliner yang cukup terkenal dikalangan masyarakat terkhusus anak muda berkat tempatnya yang menarik. akan tetapi, kegiatan promosi masih terbatas menggunakan platform media sosial sederhana seperti *Instagram*, tanpa adanya sistem yang terintegrasi. Proses pemesananannya pun masih manual dilakukan secara langsung melalui tatap muka di area kasir yang menimbulkan antrean dan membuat ruang kasir menjadi sempit serta kurang efisien. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya sebuah sistem informasi dan pemesanan menu yang lebih efektif untuk meningkatkan jangkauan dan efisiensi dalam penyebaran informasi dalam promosi.

. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, dibutuhkan upaya berupa pembuatan *website* profil usaha lengkap dengan sistem layanan pemesanan digital yang dirancang sesuai kebutuhan *Irish Cafe and Bakery*. Memiliki sebuah situs web tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi yang efisien, tetapi juga menawarkan keuntungan jangka panjang yang berarti bagi kafe. *Website* atau disingkat Web, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur internet. Lebih jelasnya, *website* merupakan halaman-halaman yang berisi informasi yang ditampilkan oleh *browser* seperti *Mozilla Firefox, Google Chrome* atau yang lainnya Menurut (Purba & Nurhaliza, 2014) dalam (TDahri, 2024) . *Website* bersifat multiplatform dimana bisa digunakan dari berbagai perangkat atau *device* yang harus terhubung jaringan internet. Banyak perusahaan-perusahaan atau tempat usaha yang menggunakan *website* untuk menampilkan apa yang menjadi kelebihan dari bisnis itu sendiri yang dapat meningkatkan citra perusahaan, penjualan produk, maupun sebagai sistem yang menghubungkan dan dapat digunakan oleh pelanggan (Wirati et al.,2024).

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk membantu Irish Cafe and Bakery melakukan transformasi digital melalui pembuatan *website* resmi yang menampilkan profil usaha serta daftar produk secara lebih informatif. Selain itu, dirancang pula sistem pemesanan berbasis *website* yang terintegrasi untuk mempermudah proses transaksi pelanggan. Kegiatan ini juga mencakup pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha agar mampu mengelola *website* serta memanfaatkan fitur-fitur digital tersebut dalam operasional dan strategi promosi bisnis. Dengan langkah ini, diharapkan *Irish Cafe and Bakery* dapat meningkatkan efisiensi layanan, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat daya saing di era digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Sasaran pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik sekaligus pengelola *Irish Cafe and Bakery*, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang kuliner, khususnya dalam produksi roti dan kue rumahan di daerah Tegal. Mitra ini dipilih sebagai target kegiatan karena masih menggunakan metode manual dalam menjalankan usahanya, terutama pada aspek promosi dan sistem pemesanan produk.

Kegiatan sosialisasi kepada mitra telah dilaksanakan pada tanggal 30 April 2025. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah untuk mendampingi mitra dalam membangun platform digital yang profesional, berupa *website* profil usaha dan sistem pemesanan *online* berbasis *Laravel*. Selain itu, kegiatan ini juga ditujukan untuk memberikan pendampingan agar mitra mampu mengelola konten *website* secara mandiri setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan.

Kegiatan ini melibatkan partisipasi aktif dari mitra dalam setiap tahap, dimulai dari identifikasi kebutuhan hingga pelatihan dan serah terima sistem. Seluruh proses dilaksanakan secara sistematis melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Persiapan
    a. Survei Kebutuhan Mitra

Tim pelaksana melakukan observasi lapangan dan wawancara awal ke lokasi mitra untuk memahami karakteristik usaha, kebutuhan digitalisasi, serta ekspektasi terhadap sistem yang akan dikembangkan. Informasi yang digali mencakup visi usaha, jenis produk, segmentasi pelanggan, dan hambatan yang dihadapi dalam proses pemasaran.

b. Perancangan Sistem

Berdasarkan hasil survei, dilakukan perancangan awal *website* yang meliputi struktur halaman, alur navigasi, dan antarmuka pengguna (*UI/UX*). Teknologi yang digunakan dalam pengembangan meliputi *HTML, CSS, PHP, Bootstrap, Laravel (Livewire), Database, dan MySQL* sebagai sistem basis data.

2. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan di mulai dengan pengambilan informasi tambahan dari mitra terkait alur kerja harian dan preferensi sistem yang diinginkan. Informasi ini menjadi dasar dalam menentukan fitur utama pada *website,* seperti katalog produk, sistem pemesanan, dan panel admin.

Setelah itu, dilakukan analisis kebutuhan yang mencakup perangkat keras dan perangkat lunak yang dimiliki oleh mitra. Analisis ini penting untuk memastikan bahwa sistem yang dibangun sesuai dengan kapabilitas teknologi yang tersedia, sehingga tidak membebani mitra dalam pengoperasiannya. Berdasarkan hasil analisis, proses pengembangan sistem pun dilakukan dengan membangun *website* menggunakan framework *Laravel.*

Sistem dirancang agar memiliki tampilan yang sederhana namun fungsional, dengan admin panel yang memungkinkan mitra untuk menambah, mengedit, dan menghapus data produk serta mengelola pesanan dari pelanggan. Seluruh fitur diuji secara internal untuk memastikan bahwa sistem berjalan sesuai harapan.

3. Demonstrasi

Setelah sistem selesai dikembangkan, tim melakukan demonstrasi langsung kepada mitra. Demonstrasi ini bertujuan untuk memperkenalkan fitur-fitur yang tersedia di dalam *website* serta memberikan pelatihan dasar terkait pengelolaan konten dan penggunaan *dashboard* admin.

Dalam sesi ini, mitra diajak untuk mencoba langsung penggunaan sistem secara interaktif, seperti menambah produk, melihat pesanan, dan mengubah informasi usaha. Pendekatan langsung ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mitra terhadap sistem yang telah dibangun.

4. Evaluasi

Dosen pembimbing memberikan evaluasi menyeluruh terhadap sistem yang telah dikembangkan, dengan fokus pada kualitas struktur kode, pemilihan teknologi, dan kesesuaian sistem terhadap kebutuhan mitra. Secara umum, sistem dinilai telah memenuhi standar dasar pengembangan web modern, terutama melalui pemanfaatan *framework Laravel* yang dianggap tepat untuk skala UMKM. Integrasi teknologi pendukung seperti *Livewire* untuk fitur interaktif dan *Database* untuk pengelolaan data dinilai efektif dalam meningkatkan fungsionalitas sistem. Dosen juga menekankan agar sistem dapat dipelajari dan dikembangkan lebih lanjut jika dibutuhkan di masa mendatang.

Selain masukan dari dosen, mitra turut memberikan evaluasi menyeluruh terhadap hasil sistem yang dikembangkan. Mitra menyampaikan bahwa sistem sangat membantu dalam menyederhanakan proses promosi dan pemesanan, yang sebelumnya dilakukan secara manual. Tampilan antarmuka yang sederhana dan navigasi yang jelas memudahkan mereka dalam mengelola data produk dan pesanan. Beberapa perbaikan dilakukan sebagai tindak lanjut dari masukan tersebut, seperti penyesuaian elemen tampilan pada perangkat seluler dan penambahan petunjuk penggunaan di halaman admin. Secara keseluruhan mitra merasa terbantu dengan

hadirnya sistem ini dan menyatakan kesiapan jika nanti menggunakannya secara mandiri dalam operasional usaha harian.

Gabungan evaluasi dari mitra dan dosen ini menjadi landasan penting dalam memastikan bahwa sistem yang telah dibangun tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga tepat guna, mudah digunakan, dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut sesuai kebutuhan usaha yang terus berkembang.

5. Serah Terima Produk

Setelah proses evaluasi selesai dan seluruh perbaikan telah dilakukan, dilakukan serah terima produk secara resmi kepada mitra. *Website* yang telah dibangun diserahkan dalam bentuk file proyek dan dokumentasi penggunaan, termasuk panduan untuk mengelola sistem secara mandiri.

Proses serah terima dilakukan secara langsung di lokasi usaha mitra, sekaligus menjadi penanda bahwa sistem sudah dapat digunakan secara penuh oleh mitra dalam aktivitas usahanya sehari-hari.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

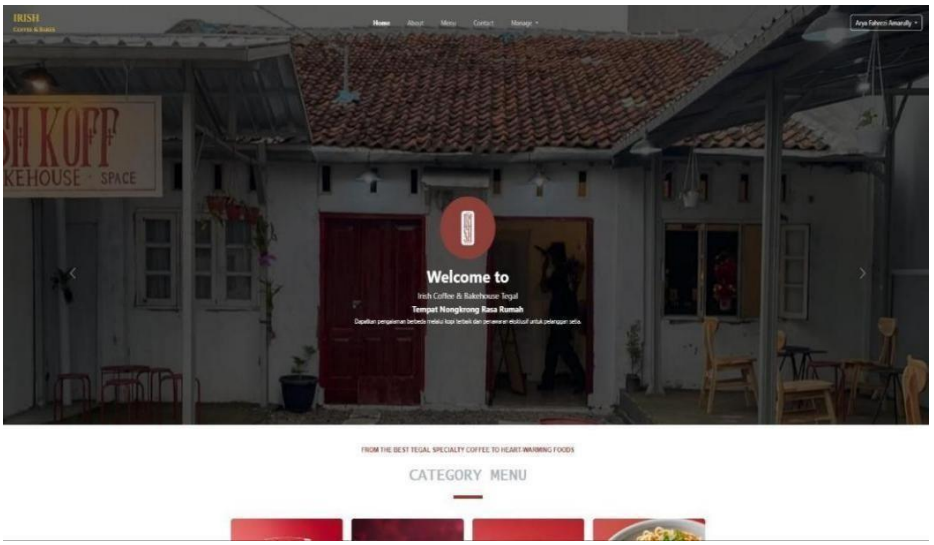
1. Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa sistem *website* untuk mendukung digitalisasi *Irish Cafe and Bakery* sebagai salah satu UMKM di bidang kuliner. *Website* ini dirancang untuk menampilkan profil usaha, katalog produk, serta menyediakan sistem pemesanan *online* yang terintegrasi. Seluruh komponen sistem dibangun menggunakan *framework Laravel* dengan integrasi teknologi seperti *Bootstrap, Livewire,* dan *Data Base*. Berikut merupakan dokumentasi tampilan hasil dari sistem yang telah dikembangkan:

a) Tampilan Halaman Beranda

Halaman beranda menampilkan informasi umum mengenai Irish *Cafe and Bakery,* termasuk gambar utama, deskripsi usaha, dan navigasi menuju halaman produk serta

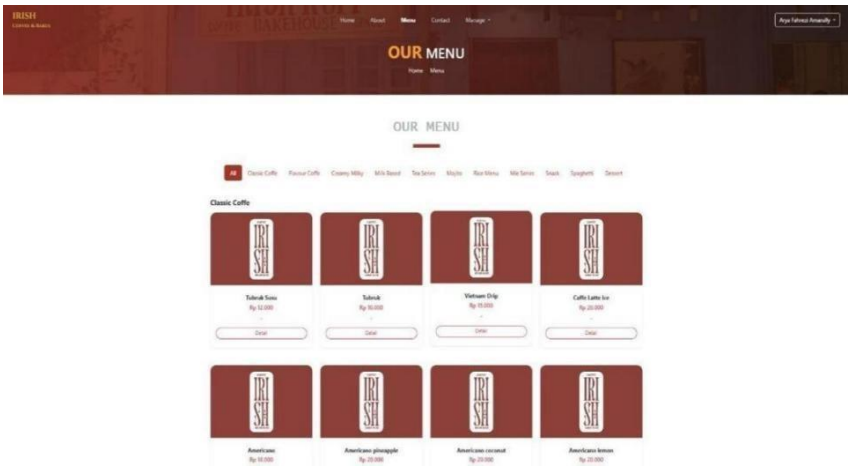
kontak. Tampilan ini dirancang responsif sehingga dapat diakses dari perangkat komputer maupun ponsel.



Gambar 1. Tampilan Halaman Beranda

b) Tampilan Galeri Produk

Halaman produk menampilkan daftar menu atau produk yang dijual oleh *Irish Cafe and Bakery*. Setiap produk dilengkapi dengan nama, gambar, harga, dan tombol "Pesan Sekarang".

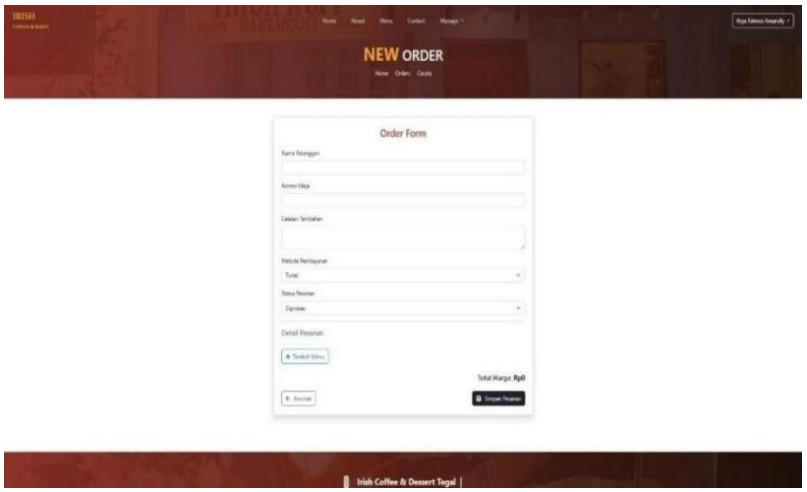


Gambar 2. Tampilan Galeri Produk

c) Tampilan *Form* Pemesanan

Fitur pemesanan memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara langsung melalui *website*.

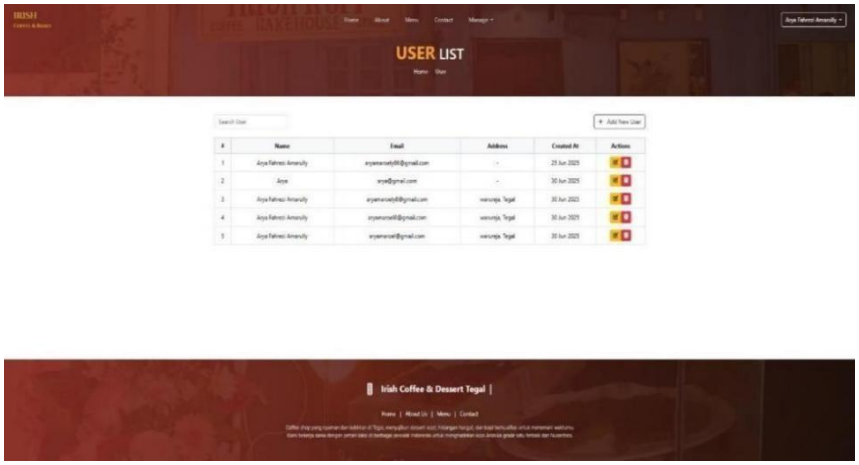
Pelanggan mengisi formulir dengan data seperti nama, nomor telepon, produk yang dipesan, jumlah, dan catatan tambahan.



Gambar 3. Tampilan Formulir Pemesanan

d) Tampilan Admin *Dashboard*

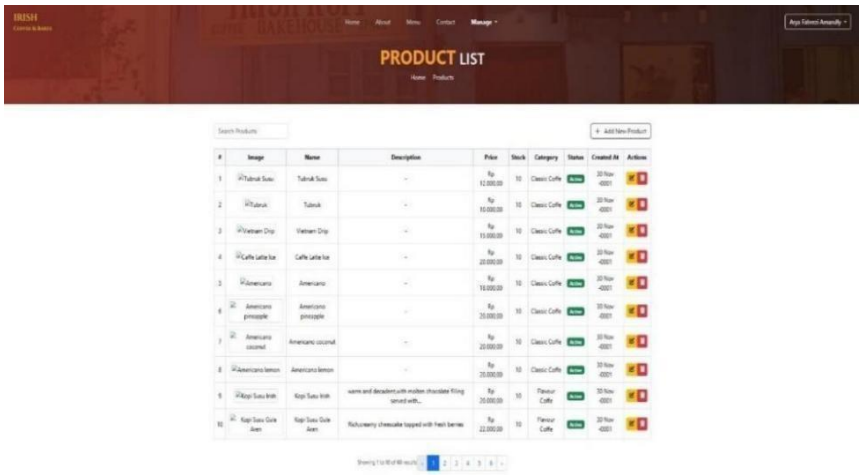
Dashboard admin berfungsi untuk membantu mitra dalam mengelola data produk dan pesanan. Admin dapat menambahkan, mengubah, atau menghapus data produk serta melihat daftar pesanan yang masuk secara *real-time.*



Gambar 4. Tampilan *Dashboard Admin*

e) Tampilan Manajemen Produk

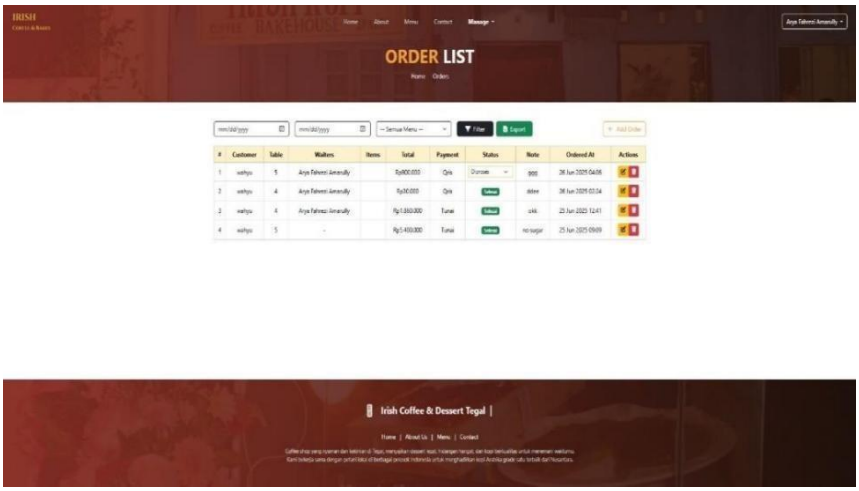
Fitur ini memungkinkan mitra menambah dan memperbarui daftar produk yang tampil di *website*. *Form* input disediakan untuk memasukkan nama produk, harga, gambar, dan deskripsi.



Gambar 5. *Form* Manajemen Produk

f) Tampilan Daftar Pesanan

Admin dapat melihat daftar pesanan pelanggan beserta detailnya, seperti nama pemesan, produk yang dipesan, jumlah, dan status pesanan. Tampilan ini juga dilengkapi dengan *filter* dan fitur pencarian menggunakan *DataTables*.



Gambar 6.Tampilan Daftar Pesanan

2. Pembahasan Kegiatan

Hasil dari kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada mitra dalam bentuk sistem digital, tetapi juga meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola usahanya secara mandiri melalui teknologi. Mitra kini dapat menampilkan katalog produk secara profesional, menerima pesanan secara *online*, serta mencatat data transaksi dengan lebih rapi.

Hal ini menunjukkan bahwa tujuan kegiatan telah tercapai dengan baik, yaitu membantu transformasi digital UMKM secara konkret dan aplikatif. Keberhasilan implementasi *website* ini tidak hanya tampak dari sisi teknis, tetapi juga dari meningkatnya kapasitas mitra dalam menjalankan operasional usaha secara mandiri. Dengan adanya sistem yang telah terintegrasi, mitra kini tidak lagi bergantung pada metode manual dalam melakukan promosi, pencatatan pesanan, maupun pengelolaan data produk. Proses bisnis menjadi lebih efisien, terstruktur, dan mudah dipantau.

Perubahan-perubahan yang terjadi setelah implementasi *website* menunjukkan dampak nyata terhadap operasional Irish *Cafe*

and Bakery. Sistem digital ini tidak hanya menjadi alat bantu teknis, tetapi juga mendorong perubahan dalam pola kerja, promosi, dan layanan pelanggan. Integrasi fitur-fitur digital turut meningkatkan efisiensi manajemen data dan citra profesional usaha. Perubahan-perubahan utama yang terjadi dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Digitalisasi Promosi Usaha

Sebelumnya, promosi Irish *Cafe and Bakery* hanya dilakukan melalui hanya media sosial yang bersifat tidak terstruktur. Dengan adanya *website,* usaha ini kini memiliki media promosi yang lebih profesional dan permanen. Informasi tentang produk, jam operasional, alamat, dan deskripsi usaha dapat diakses oleh calon pelanggan kapan saja melalui halaman beranda. Ini membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *brand* usaha.

b) Kemudahan Pelanggan dalam Melakukan Pemesanan

Sistem pemesanan yang sebelumnya mengandalkan pesan manual kini digantikan oleh *form* pemesanan otomatis yang langsung tersimpan dalam *database.* Pelanggan dapat memilih produk, mengisi informasi, dan mengirimkan pesanan dengan mudah tanpa perlu kontak langsung. Hal ini mempercepat proses transaksi, mengurangi kesalahan pencatatan, dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

1) Efisiensi Pengelolaan Produk dan Transaksi

Mitra tidak lagi mencatat produk dan pesanan secara manual. Melalui *dashboard admin*, mitra dapat mengelola data produk menambah, mengubah, dan menghapus secara langsung. Semua data pesanan pelanggan juga tersimpan rapi dan dapat diakses kapan saja, sehingga lebih mudah dipantau dan direkap. Ini meminimalisir resiko kehilangan data dan meningkatkan efisiensi operasional harian.

2) Peningkatan Citra dan Kepercayaan Konsumen

Tampilan *website* yang *modern* dan *responsif* memberikan kesan profesional bagi pengunjung. Ini berdampak positif pada persepsi pelanggan terhadap usaha, karena sistem *online* menunjukkan bahwa bisnis telah beradaptasi dengan teknologi. Konsumen cenderung lebih percaya pada usaha yang memiliki kehadiran digital resmi, dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan komunikasi lisan atau sosial media pribadi.

3) Akses Data Usaha yang Lebih Terstruktur

Dengan penggunaan *database MySQL*, semua informasi yang terkait dengan produk dan pemesanan kini tersimpan secara sistematis. Hal ini memudahkan mitra untuk melakukan analisis penjualan sederhana, mengecek pesanan terdahulu, serta menyusun laporan internal apabila dibutuhkan untuk kerja sama usaha di masa mendatang.

4) Kemandirian Mitra dalam Mengelola Sistem

Setelah melalui pelatihan dan pendampingan, mitra kini mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Mereka dapat meng- *update* produk tanpa bantuan tim pelaksana, serta me*respons* pesanan pelanggan secara langsung. Hal ini membuktikan bahwa sistem yang dikembangkan tidak hanya berhasil secara teknis, tetapi juga berhasil dalam aspek pemberdayaan pengguna.

D. SIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dengan demikian, kami menyimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat berjudul "Studi digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) melalui pengembangan website Profil dan layanan pemesanan digital" telah dilakukan dengan baik dan semua sasaran pada fase pra-pelaksanaan berhasil dicapai. Kami mengembangkan *website* ini menggunakan bahasa pemrograman

Laravel. *Website* ini berfungsi sebagai media promosi digital yang komprehensif dan memiliki sistem reservasi terintegrasi.

Mekanisme yang kami gunakan untuk merancang alur transaksi dipercepat, lebih efisien, dan lebih fokus. Hal ini secara signifikan meningkatkan efektivitas proses transaksi dan kelancaran dalam manajemen data pemesanan. Kami juga membuat pelatihan dan pendampingan langsung, yang secara signifikan meningkatkan kemampuan teknis mitra. Kenaikan mencapai 70%, terutama dalam tampilan konten, operasi sistem pemesanan, dan pemahaman dasar dari bidang administrasi *website*. Peningkatan mitra terjadi sebesar 60% dalam soft skill, khususnya kemampuan beradaptasi, pemahaman tentang konsep digitalisasi bisnis, dan penggunaan fitur digital dalam operasi pemesanan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak nyata bagi mitra. Program ini berhasil menghasilkan semua tujuan pertama yang ingin dicapai, *website* yang tersedia sebagai media promosi resmi dan sebagai katalog digital atas produk, layanan pemesanan yang dapat digunakan dan efektif, dan Mitra pun memperoleh peningkatan kemampuan dalam mengelola website secara mandiri melalui sesi pelatihan dan pendampingan teknis, sehingga dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk menunjang operasional serta promosi usaha mereka.

2. Saran

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan tersebut, berikut beberapa saran yang bisa dipertimbangkan:

1. *Website* sebaiknya digunakan secara aktif untuk promosidan informasi. Konten perlu diperbarui secara berkala agar tetap relevan dan menarik.
2. Pemeliharaan situs web harus dilakukan secara rutin, seperti Melakukan pencadangan data dan memantau kinerja. Jika diperlukan bisa melibatkan mahasiswa atau ahli untuk menangani aspekteknis.

3. Tambah fitur lain, misal tempat ulasan dari pembeli, katalog yang bisa dilihat-lihat, atau formulir pesan yang mudah. Hal ini bisa buat website makin nyaman dan menarik untuk orang yang mau pakai.
4.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, tim penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, dan bantuan selama pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dengan judul "Studi digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) melalui pengembangan website Profil dan layanan pemesanan digital". Kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik berkat kerja sama dan dukungan dari banyak pihak yang terlibat. Tim penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Harkat Negeri yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta dukungan penuh sehingga program ini dapat terlaksana dengan lancar.

Ucapan terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada dosen pembimbing Bapak Arif Hidayah, S.Tr.Kom.,M.Tr.Kom. yang telah memberikan arahan, saran, dan pendampingan dengan penuh kesabaran sejak tahap perencanaan hingga penyusunan laporan. Kami juga sangat berterima kasih kepada Bapak Irfan Mudakir selaku pemilik *Irish Koff Bakehouse & Coffee* Tegal, yang telah menerima kami sebagai mitra serta berperan aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada dukungan para dosen, mahasiswa, serta seluruh pihak yang berpartisipasi dalam tahapan perancangan, pengembangan, dan pelatihan turut memberikan kontribusi berarti terhadap keberhasilan kegiatan ini.

Akhir kata, kepada seluruh pihak yang mungkin tidak dapat disebutkan satu per satu, kami mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungannya. Semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi keberkahan dan laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan usaha mitra maupun pemanfaatan teknologi digital di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Afriansyah, D., Zainuri, Z., Nofrida, R., Utama, Q. D., Anggraini, I. M. D., Pertiwi, M. G. P., & Rahayu, N. (2025). Optimalisasi pemasaran produk kopi lokal melalui pelatihan digital marketing bagi UMKM di Desa Pakuan, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan,* 5(3). https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1614

Ayuiningtas, R. (2023). Aplikasi rekomendasi UMKM kuliner berbasis website menggunakan algoritma k-nearest neighbor (KNN) (Disertasi doktoral). Universitas Harkat Negeri. http://eprints.poltektegal.ac.id/id/eprint/6496

Asyhar, K., & Yunianto, R. (2019). Memahami coworking space (ruang kerja bersama) sebagai konsep baru tempat bekerja (Studi pada coworking space di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 7(2).* http://repository.ub.ac.id/id/eprint/187444

Petaya, L. J., Trishananto, Y., Kumalasari, Y., Mualifah, M., Hastuti, R. D., & Lestari, A. (2024). Pendampingan pemasaran UMKM berbasis digital melalui website marketing. Tintamas: *Jurnal Pengabdian Indonesia Emas, 1(3)*, 263– 274. https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i3.1041

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Kinerja, 19(1), 170–182. https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207

Astuti, E. D., Tarto, T., Utami, R. T., & Oktaviany, V. (2023). Transformasi UMKM digital berbasis potensi lokal. *Jurnal Lentera Bisnis, 14(2)*, 215–218. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1592

Wiyati, T. W., Pupitasari, T. S., & Dhuatulhaq, M. F. M. (2024). Perancangan sistem website untuk pemesanan makanan dan minuman menggunakan QR code demi tercapainya kepuasan konsumen pada Sekawan Kopi & Space. *Jurnal Co-Operation, 5(1),* 53–58. https://doi.org/10.32670/cooperation.v5i1.4458

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2009). Internet marketing: Strategy, Implementation and practice. Pearson Education.

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2023). Sosialisasi Peraturan Menteri PANRB Nomor 4 Tahun 2023 tentang pelaksanaan tugas kedinasan pegawai ASN secara fleksibel pada instansi pemerintah. https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini

Andyni, D. (2023). Peningkatan digital marketing melalui website dan pemasaran online menggunakan media sosial. (*Kompasiana*). https://www.kompasiana.com/andynidewi4714/6589bbbec57afb17500f1232/