JACS (Journal of Applied Comunity Service)
https://ejournal.gws-tech.id/index.php/jacs
Vol. 1, No. 1, 2025, Hal. 80-89

PEMBUATAN WEBSITE PROFIL CAFE COSMIC SEBAGAI UPAYA DIGITALISASI PROMOSI UMKM KULINER

DEVELOPMENT OF CAFE COSMIC PROFILE WEBSITE AS AN EFFORT TO DIGITALIZE CULINARY MSME PROMOTION

A Fahri Putra Pratama[1], Husain Mulyansyah[2], Akmal Kurniawan[3], Ihsan Nafis Hidayat[4], Mirza Alim Mutasodirin[5]
[1,2,3,4,5]D4 Teknik Informatika, Universitas Harkat Negeri, Indonesia
fahripratama14205@gmail.com, husainmulyansyah@gmail.com, malkurniawan007@gmail.com, ihsannafishidayat@gmail.com, mirza.alim.m@poltektegal.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan mitra, Cafe Cosmic Cup, adalah keterbatasan jangkauan promosi yang masih konvensional dan ketiadaan platform informasi terpusat. Kegiatan ini bertujuan menyediakan *website* profil berbasis *Python Flask* untuk memusatkan informasi bisnis dan meningkatkan citra profesional usaha. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Service Learning* dengan model pengembangan *Waterfall*, yang melibatkan pemilik usaha sebagai kolaborator. Rangkaian kegiatan meliputi survei kebutuhan, pengembangan sistem, serta pelatihan operasional *dashboard admin*. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan kondisi pra dan pasca-implementasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada *hard skill* mitra berupa kemampuan teknis mengelola konten *website* secara mandiri melalui panel admin. Selain itu, terjadi peningkatan *soft skill* dalam literasi digital, ditandai dengan pergeseran strategi mitra dari promosi mulut-ke-mulut menjadi *digital branding* yang terstruktur. *Website* ini kini berfungsi sebagai aset digital mandiri yang mengefisienkan akses informasi bagi pelanggan.

Kata Kunci: *UMKM; Website Profil; Python Flask; Digital Branding; Service Learning.*

Abstract: *The partner, Cafe Cosmic Cup, faces limitations in conventional promotion and lacks a centralized information platform. This activity aims to provide a Python Flask-based profile website to centralize business information and enhance the professional business image. The method used is Service Learning with the Waterfall development model, involving the business owner as a collaborator. Activities include needs surveys, system development, and operational training for the admin dashboard. Evaluation is conducted through a comparison of conditions pre and post-implementation. The results show a significant improvement in the partner's hard skills, specifically the technical ability to manage website content independently via the admin panel. Additionally, there is an increase in soft skills regarding digital literacy, marked by a shift in the partner's strategy from word-of-mouth promotion to structured digital branding. This website now serves as an independent digital asset that streamlines information access for customers.*

Keywords: *MSME; Profile Website; Python Flask; Digital Branding; Service Learning.*

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

Perekonomian Indonesia pada tahun 2024 sampai 2025 berada pada titik krusial di mana sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Data terbaru dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia tahun 2025 menegaskan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja, dan sampai saat ini jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Meskipun potensi ekonominya besar, realitas di lapangan menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM masih sering mengalami masalah seperti infrastruktur yang belum siap dan minimnya keterampilan teknis para pelakunya (Octiva et al., 2024).

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Cafe Cosmic Cup, sebuah usaha kuliner berkonsep *street coffee* yang berlokasi di Kota Tegal. Berdasarkan observasi awal, Cosmic Cup sebenarnya telah berhasil membangun basis pelanggan setia berkat suasana yang santai dan strategi harga yang terjangkau. Namun, kegiatan pemasaran yang saat ini masih bertumpu pada metode konvensional (*word-of-mouth*) dan penggunaan media sosial Instagram yang terbatas menjadi penghambat dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Masalah utama yang teridentifikasi adalah ketiadaan platform informasi yang terpusat. Padahal, *website company profile* merupakan sarana vital untuk menampilkan informasi latar belakang, produk, dan kontak usaha secara profesional (Purnama, 2011). Oleh karena itu, pengembangan website profil resmi menjadi intervensi digital yang mendesak, tidak hanya untuk menyediakan "rumah digital" yang dapat diakses kapan saja, tetapi juga sebagai aset strategis untuk membangun kredibilitas dan citra merek di tengah persaingan era digital.

Urgensi solusi digital bagi UMKM kuliner didukung oleh berbagai riset. Studi terbaru menunjukkan pemanfaatan internet melalui website telah berkembang menjadi media iklan yang sangat efisien dan berpotensi memberikan dukungan kuat dalam pengembangan merek lokal (Boyne & Hall, 2004; Untari & Satria, 2019). Sejalan dengan potensi tersebut, pemerintah pada tahun 2024 memprioritaskan penciptaan lingkungan usaha yang kondusif melalui peningkatan infrastruktur teknologi informasi. Sebagaimana ditekankan oleh Rainer Heufers, infrastruktur yang memadai menjadi prasyarat vital agar UMKM dapat mengakses pasar dengan lancar, yang sekaligus menjadi landasan bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (UMKM Indonesia, 2025).

Secara teknis, pemilihan teknologi pengembangan web menjadi faktor kunci keberhasilan adopsi oleh UMKM. Penelitian sebelumnya merekomendasikan penggunaan *micro-framework* seperti Python Flask karena karakteristiknya yang ringan, efisien, dan fleksibel untuk kebutuhan bisnis skala kecil hingga menengah(Jonathan, 2023). Hal ini didukung oleh temuan Karyawan et al.(2023), yang menunjukkan bahwa kualitas sistem website yang prima tidak hanya memfasilitasi fungsi teknis, tetapi juga berpengaruh signifikan dalam memperkuat citra merek dan mendorong

loyalitas pengguna untuk mengunjungi kembali website tersebut di masa mendatang.

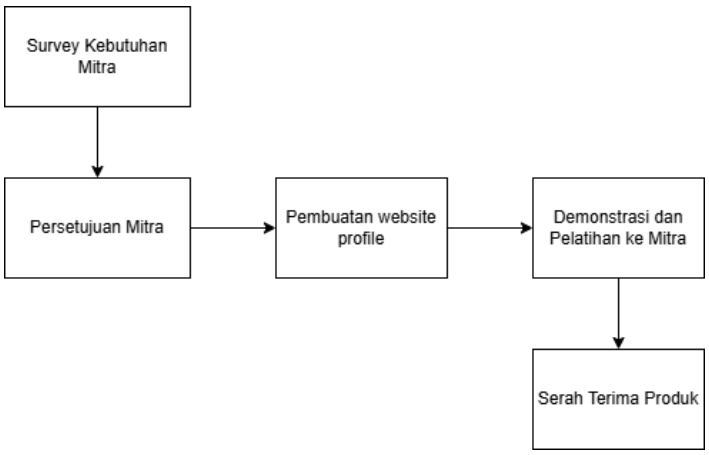
Berdasarkan permasalahan mitra dan dukungan literatur tersebut, pengabdian ini menawarkan solusi berupa rancang bangun website profil usaha berbasis *framework* Flask yang terintegrasi. Kegiatan ini bertujuan untuk menyediakan aset digital mandiri yang memusatkan informasi bisnis (menu, harga, lokasi), meningkatkan citra profesional usaha melalui desain *UI/UX* modern.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) ini menerapkan pendekatan *Service Learning*, yaitu pendekatan pengajaran yang menggabungkan tujuan akademik dan upaya menumbuhkan kesadaran dalam memecahkan persoalan masyarakat secara langsung (Setyowati & Permata, 2018). Guna mewujudkan solusi teknologi yang terstruktur bagi mitra, pengembangan sistem dilakukan dengan mengadopsi model *Waterfall*. Model air terjun (*waterfall*) ini menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian, dan tahap pendukung (*support*) (Nur, 2019). Dalam struktur Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) ini, Mirza Alim Mutasodirin, M.Kom bertindak sebagai pembimbing yang menjamin kualitas akademik, sementara tim mahasiswa yang berperan sebagai eksekutor teknis.

Mitra dalam kegiatan ini adalah Cosmic Cup, sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner yang berlokasi di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 9, Mangkukusuman, Kota Tegal. Usaha yang dimiliki oleh Bapak Adi Dermawan ini mengusung konsep *street coffee* modern dengan jam operasional pukul 16.30–00.30 WIB. Hasil observasi awal memperlihatkan bahwa mitra sebenarnya telah memiliki basis pelanggan yang setia. Sayangnya, potensi perluasan pasar masih terhambat karena promosi yang terlalu bergantung pada metode konvensional dari mulut ke mulut serta pengelolaan media sosial yang belum optimal. Absennya wadah informasi utama menyulitkan calon pelanggan mengakses detail cafe seperti daftar menu, harga, maupun titik lokasi. Oleh karena itu, pengembangan website profil hadir sebagai langkah taktis untuk memperkuat *digital branding* sekaligus meningkatkan keterbukaan informasi usaha kepada publik.

Alur pelaksanaan kegiatan distrukturisasi menjadi tiga tahapan utama: Tahap Persiapan, Tahap Pelaksanaan, dan Tahap Evaluasi. Secara visual, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini digambarkan dalam diagram alur pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap Persiapan diawali dengan survei kebutuhan dan wawancara dengan pemilik untuk mengidentifikasi detail kebutuhan sistem serta pengumpulan aset digital produk. Tahap kedua adalah Pembuatan, yang mencakup perancangan antarmuka (*UI/UX*) dan pengembangan *backend* sistem berbasis Python Flask. Selanjutnya, dilakukan tahap Pengujian Sistem menggunakan metode *black-box testing* untuk memeriksa setiap proses yang ada guna memastikan bahwa aplikasi berjalan dengan baik sesuai dengan fungsionalitas yang diharapkan (Putra et al., 2020). Rangkaian terakhir yaitu tahap Serah Terima Produk dan Pelatihan, di mana dilakukan penyerahan sistem yang disertai pendampingan operasional *dashboard* admin guna menjamin kemandirian mitra dalam pengelolaan konten secara berkelanjutan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan

Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap persiapan yang berfokus pada analisis situasi mitra. Mahasiswa melakukan observasi langsung dan diskusi dengan pemilik Cosmic Cup, Bapak Adi Dermawan untuk mengidentifikasi permasalahan promosi yang selama ini hanya mengandalkan metode konvensional dan media sosial yang belum terstruktur. Dari proses ini, diidentifikasi kebutuhan mendesak akan sebuah platform informasi terpusat yang memuat detail menu, harga, dan lokasi, serta dilengkapi fitur panel admin (admin panel) agar pengelola dapat memperbarui konten dengan mudah. Proses diskusi awal dengan mitra dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Diskusi dan Analisis Kebutuhan bersama Mitra

Berdasarkan Gambar 2, tim menggali informasi bisnis dan mengumpulkan aset digital awal. Hasil diskusi menyepakati bahwa solusi digital yang dibutuhkan adalah website profil usaha menggunakan framework Flask agar ringan dan sesuai kebutuhan spesifik mitra.

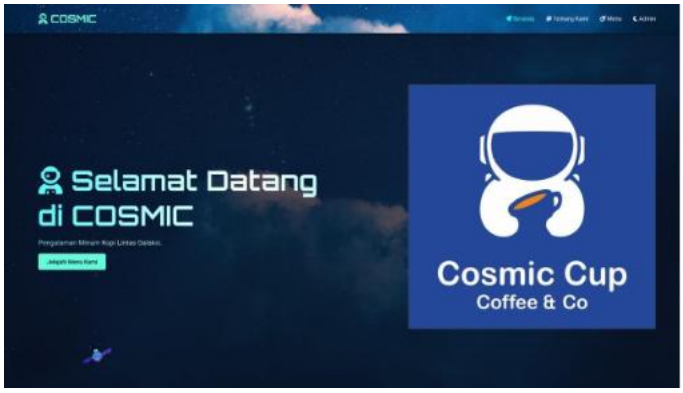
2. Tahap Pengembangan Sistem dan Implementasi Website

Setelah mengidentifikasi kebutuhan, tahap selanjutnya adalah pengembangan sistem. Hasil utama dari kegiatan ini adalah sebuah website profil usaha Cosmic Cup yang dapat diakses secara *online*. Website dirancang dengan antarmuka yang profesional, menarik, dan navigasi yang ramah pengguna. Hal ini krusial karena desain *UI/UX* yang terorganisir akan memudahkan pengguna dalam memahami fitur yang tersedia dan meningkatkan kenyamanan interaksi (Solikin et al., 2022).

Website Cosmic Cup terdiri atas beberapa halaman utama berikut:

a. Halaman Beranda (*Home*)

Merupakan tampilan awal website yang menyambut pengunjung dengan desain visual menarik, tagline khas Cosmic Cup, serta informasi ringkas mengenai produk unggulan. Halaman ini juga mencantumkan ajakan untuk menjelajahi halaman lain seperti menu dan kontak.

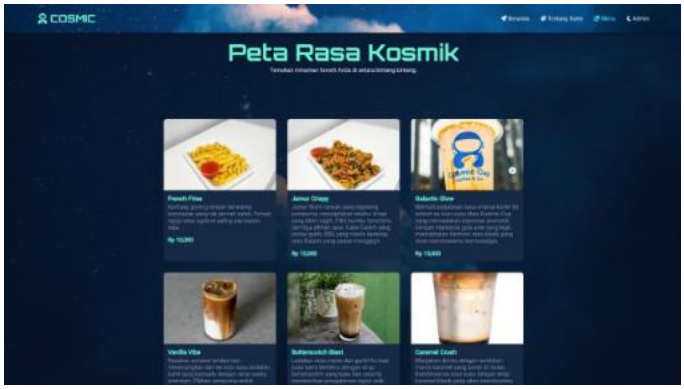


Gambar 3 Halaman Beranda

b. Halaman Menu

Berisi daftar lengkap produk yang ditawarkan, seperti kopi, minuman non-kopi, dan makanan ringan. Setiap item dilengkapi dengan nama,

harga, dan deskripsi singkat untuk memberikan gambaran kepada calon pelanggan sebelum berkunjung.



Gambar 4 Halaman Menu

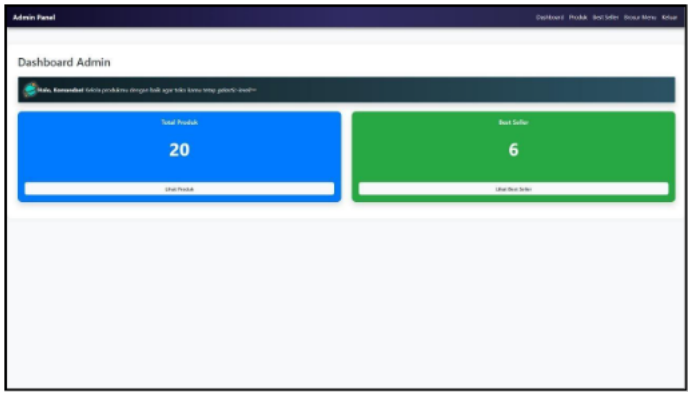
c. Halaman Tentang Kami (*About Us*)
Menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang berdirinya Cosmic Cup, visi usaha, serta suasana dan konsep yang ingin dihadirkan kepada pelanggan. Halaman ini bertujuan membangun kedekatan emosional antara cafe dan pengunjung.



Gambar 5 Halaman Tentang Kami (About Us)

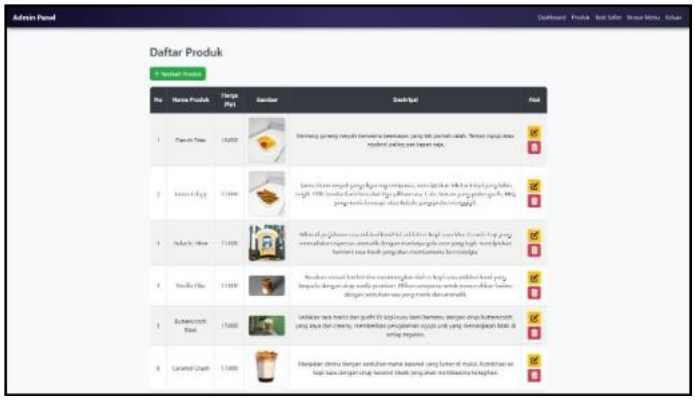
d. Halaman Admin (Panel Admin)
Halaman ini bersifat *backend* (khusus untuk pemilik atau pengelola website) yang berfungsi untuk:

1) Halaman Dashboard Admin: Admin dapat melihat informasi ringkas terkait total produk dan total produk *best seller*.



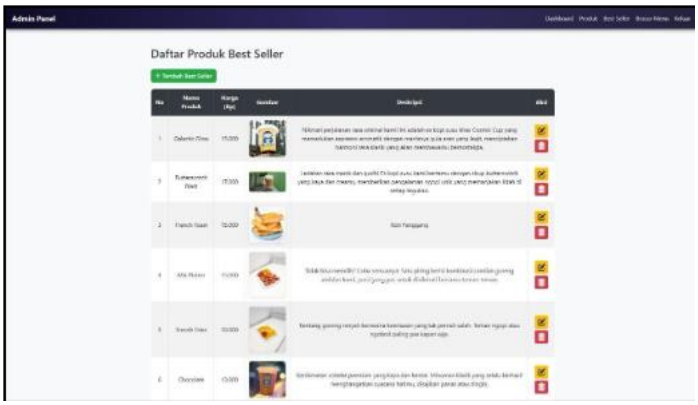
Gambar 6 Halaman Dashboard Admin

2) Menambahkan Produk Baru: Admin dapat menginput menu baru ke dalam daftar menu yang tampil di halaman depan.



Gambar 7 Halaman Daftar Produk

3) Menambahkan Produk Best Seller: Admin bisa menandai dan mengelola produk-produk unggulan yang ingin disorot di halaman beranda.



Gambar 8 Halaman Produk Best Seller

3. Tahap Pelatihan dan Serah Terima

Setelah sistem selesai dikembangkan dan diuji, kemudian dilakukan tahap pelatihan operasional kepada mitra. Pelatihan ini bertujuan untuk memastikan penyampaian teknologi berjalan lancar, di mana mitra diajarkan cara menggunakan fitur-fitur *dashboard admin*.



Gambar 9 Pelatihan Penggunaan Website

4. Tahap Evaluasi

Keberhasilan kegiatan dinilai dengan meninjau sejauh mana solusi digital mampu mengurai permasalahan mitra, yang diamati melalui perubahan kondisi antara fase pra dan pasca implementasi teknologi. Ringkasan hasil evaluasi dan solusi yang diterapkan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Realisasi Pemecahan Masalah

No.	Masalah	Solusi Masalah	Keterangan
1.	Tidak adanya media digital untuk menampilkan profil usaha Café Cosmic Cup	Melakukan diskusi dan observasi langsung dengan pemilik usaha untuk menggali informasi bisnis, kemudian merancang dan membangun website profil usaha yang sesuai dengan identitas dan kebutuhan Cafe Cosmic Cup	Website berfungsi sebagai sarana promosi dan informasi, memudahkan pelanggan untuk mengenal café secara lebih luas melalui media digital
2.	Kurangnya eksistensi *online* sehingga jangkauan pelanggan terbatas	Menyusun strategi branding melalui media sosial serta menghubungkan website dengan platform seperti Instagram dan WhatsApp Business	Meningkatkan visibilitas usaha di dunia digital dan memperluas potensi pasar, khususnya kalangan muda yang aktif di media sosial
3.	Belum optimalnya penggunaan teknologi dalam operasional dan promosi usaha	Memberikan pelatihan penggunaan *tools* digital dasar seperti *dashboard* website, manajemen konten, serta integrasi dengan fitur pemesanan atau kontak langsung	Memberikan kemudahan bagi pemilik usaha dalam memperbarui informasi café serta mempermudah interaksi dengan pelanggan

5. Kendala yang Dihadapi dan Solusi

Selama pelaksanaan kegiatan, terekam beberapa kendala yang menjadi tantangan bagi tim pelaksana, antara lain:

a. Hambatan Komunikasi Awal: Kurangnya kedekatan personal di awal kegiatan menyebabkan proses penggalian kebutuhan berjalan lambat. Solusinya tim melakukan pendekatan intensif dan diskusi informal lebih sering untuk membangun *chemistry* dengan mitra.
b. Ketersediaan Aset Digital: Mitra hanya memiliki foto produk gabungan (bukan per item), yang menyulitkan penyusunan katalog menu di website. Solusinya tim membantu proses pemilahan dan pengambilan ulang foto sederhana agar sesuai dengan *layout* website.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Cafe Cosmic Cup telah berhasil menjawab permasalahan mitra terkait keterbatasan jangkauan promosi dan ketiadaan platform informasi terpusat. Melalui perancangan dan implementasi *website* profil usaha berbasis *framework* Python Flask, mitra kini memiliki aset digital mandiri yang mampu memusatkan informasi krusial seperti daftar menu, harga, dan lokasi secara akurat, sekaligus meningkatkan citra profesional usaha melalui antarmuka yang modern. Pelaksanaan pelatihan operasional *dashboard* admin terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi mitra, di mana terjadi peningkatan *hard skill* yang signifikan dalam hal kemampuan teknis mengelola konten *website* secara mandiri tanpa bergantung pada pihak ketiga. Selain aspek teknis, terdapat peningkatan *soft skill* berupa kesadaran literasi digital dan pemahaman strategi *digital branding*, yang terlihat dari pergeseran pola pikir mitra untuk beralih dari promosi konvensional ke media digital yang terstruktur. Secara keseluruhan, intervensi ini telah menciptakan efisiensi dalam penyampaian informasi kepada pelanggan dan memperkuat fondasi digital bisnis mitra.

Agar kebermanfaatan sistem tetap terjaga dalam jangka panjang, mitra disarankan untuk menjadikan *website* sebagai rujukan informasi tunggal dengan memastikan tautannya selalu terpasang di seluruh kanal promosi digital (Instagram & WhatsApp). Pembaruan data melalui *dashboard* admin cukup dilakukan secara insidental apabila terjadi perubahan harga atau jam operasional, sehingga efisiensi waktu mitra tetap terjaga. Sebagai tindak lanjut akademis, direkomendasikan pengembangan fitur transaksi digital atau pemesanan daring pada penelitian selanjutnya untuk melengkapi ekosistem bisnis mitra. Selain itu, metode pengembangan web yang ringkas ini layak diadopsi oleh pelaku UMKM di sektor lain yang membutuhkan digitalisasi profil usaha dengan sumber daya terbatas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Harkat Negeri Tegal, khususnya Program Studi Sarjana Terapan Teknik Informatika, yang telah memberikan dukungan fasilitas dan administratif sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar. Apresiasi mendalam juga kami sampaikan kepada Bapak Mirza Alim Mutasodirin, M.Kom selaku dosen pembimbing atas arahan akademiknya, serta kepada Bapak Adi Dermawan selaku pemilik Cafe Cosmic Cup atas kesediaannya menjadi mitra yang sangat kooperatif dalam proses implementasi teknologi ini.

Semoga luaran dari kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM dan kemajuan teknologi tepat guna di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Boyne, S., & Hall, D. (2004). Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites. *Place Branding*, *1*(1), 80–92.

Jonathan, R. (2023). *Implementasi Framework Flask pada pembangunan Aplikasi Monitoring dan Store Visit IT Support pada PT. XYZ*.

Karyawan, M. A., Nurhadi, M., Puspitaningrum, A. C., & Prasetya, M. S. (2023). Structural Model Kekuatan Kualitas Website dalam Membangun Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *5*(3), 224–233.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. Website Kemenko Perekonomian. https://ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia

Nur, H. (2019). Penggunaan metode waterfall dalam rancang bangun sistem informasi penjualan. *Generation Journal*, *3*(1), 1–10.

Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 815–821.

Purnama, B. E. (2011). *Cara Mudah Membuat Web Dengan Wordpress*.

Putra, A. P., Andriyanto, F., Karisman, K., & Harti, T. D. M. (2020). Pengujian aplikasi point of sale menggunakan blackbox testing. *Jurnal Bina Komputer*, *2*(1), 74–78.

Setyowati, E., & Permata, A. (2018). Service learning: Mengintegrasikan tujuan akademik dan pendidikan karakter peserta didik melalui pengabdian kepada masyarakat. *Bakti Budaya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 143.

Solikin, I., Mukti, A. R., Megawaty, N. H., Ansori, A., & Dharmawan, P. (2022). Pelatihan Desain User Interface (UI) pada Sekolah Azharyah Menggunakan Zoom Metting. *KOMMAS J. Pengabdi. Kpd. Masy. Univ. Pamulang*, *3*(1), 102–106.

UMKM Indonesia. (2025). *Peran Pemerintah dalam Mendukung Pengembangan UMKM di Indonesia 2024*. Umkm-Indonesia.Id. https://umkm-indonesia.id/2025/01/peran-pemerintah-dalam-mendukung-pengembangan-umkm-di-indonesia-2024/

Untari, D. T., & Satria, B. (2019). Measuring website effectiveness in communicating tourism destinations in Jakarta, Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, *8*(4), 1–16.