



## **PELINDUNG**

Direktur CV. KAMPUS AKADEMIK PUBLISING

## **PENANGUNG JAWAB**

Hendri Rasminto, S,Kom, M.Si

## **TIM EDITOR**

### **Ketua Penyunting (Editor in Chief):**

Muhammad Sidiq, M.Kom

### **Dewan Penyunting (Editorial Board):**

1. Nining Fitriyani,, S.Pd.,M.Pd Scholar ID: [zBED30UAAAAJ](#), Universitas STEKOM
2. Liring Ike Puspadewi, S.Kom, Universitas Sains dan Teknologi Komputer
3. Maria Atik Sunarti Ekowati S.Kom., M.Kom., Universitas Kristen Teknologi Solo
4. Muhammad Yusuf, S.Kom., M.Kom, STIA Bandung, ID Sinta: [6181034](#), Scholar ID: [jdGp0wkAAAAJ&hl](#)
5. Saadatul Husna, S.E Universitas Hasyim Ashari Tebuireng

SK DEWAN EDITORIAL

**Vol. 3 No. 4 (2025): Juli**

**Optimalisasi Tata Kelola Keuangan Melalui Sinergi Pengabdian dalam Pengembangan Aplikasi Laporan Keuangan pada BUMDes Mekarsari**

Devtian Putera Perdana, Diki Ardiansyah, Nur Azizah Wandinia Ghozali, Siti Annisa , Adinda Dwi Permatasari, Rahma Rina Wijayanti

1-11

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.4879>

**Increasing Student Creativity through Memory Photo Box Product Innovation as a Personal Gift Based on Emotional Values Peningkatan Kreativitas Mahasiswa melalui Inovasi Produk Memory Photo Box sebagai Hadiah Personal Berbasis Nilai Emosional**

Ria Rosanti, Anggit Dyah Kusumastuti

12-18

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.4901>

**WORKSHOP PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI LITERASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KEWIRAUSAHAHN PADA DESA O'BESI KECAMATAN MOLLO UTARA**

Serlinia R. Anawoli, Migdes C. Kause KAUSE, Yefris A. Selan , Sam Nubatonis, Yohanes A.M Seran

19-24

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5007>

**Strategi Pengembangan Organisasi Karang Taruna Melalui Pendekatan Teori Struktur Formal dan Informal”**

Feri Setiawan, Fibiani Adharira Prima, Puput Aryani

25-31

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5047>

**PELATIHAN PENINGKATAN PENJUALAN TENUN SEBAGAI KOMODITAS UTAMA DESA SEBAUK MELALUI PEMASARAN DIGITAL SYARIAH**

Dewi Oktayani, Siti Suhana, Zakiatul Munawarah, Shinta Juliani, Salmilah Salmilah

32-37

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5141>

**Peningkatan Daya Saing Produk Tenun Desa Sebauk melalui Pelatihan Kualitas Produksi dan Branding**

Dariana Dariana, Erma Yani, Suci Qatrunnada, Siti Sabariah, Syarifah Norhizatul A., Sesi Maria  
38-43

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5142>

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA PULO PANJANG MELALUI DIVERSIFIKASI PANGAN DENGAN SINGKONG: LANGKAH AWAL MENUJU KEMANDIRIAN PANGAN DESA**

Rahadatul Aisyi Rafillah, Veline Angela Natasya , Regaf Fahmi Ilmi , Indra Lesmana , Selfi Auliansyah, Mohamad Haikal, Cindy Wulandari , Kayla Nova Ramadhani , Muhammad Nazil Fikri Zamzamie , Saidah Rahmah , Wida Octaria , Anisa Khoirul Jannah

44-64

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5170>

**Penguatan Karakter Keislaman Anak Melalui Program TPA/TPQ dan Tahsin di Desa Pucangan**

Ayunda Puspita Ningrum, Renisa Hafsyah Salsabila, Sovia Dewi Maulita, Ardy Najwa Khaira, Veri Dwi Adiningsih, Azka Aulia, Lusiana Noviawati , Ahmad Nurrohim

65-69

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5179>

**Revitalisasi Peran Pendidikan Islam dalam Membentuk Kesadaran Sipil Perspektif Sosiologi Pendidikan**

Dwi Nur Anjani, Sulistia Salsabiilaa, Salsabila Salsabila, Abdul Fadhil

70-81

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5226>

**Upaya Optimalisasi Kesehatan Tubuh Pasca Donor Darah: Program Pengabdian kepada Masyarakat Berbasis Edukasi dan Pemantauan**

Restu Prihandini Widiar, Derry Trisna Wahyuni S, Suryani Suryani

82-86

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5227>

**Peran Mediasi Dalam Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Pengadilan Agama Pekanbaru**

Susilawati Susilawati, Eryana Eryana, Amalia Kartika , Mhd Syamsul Arifin, Sapik Sandra  
87-94

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5281>

**Pengembangan Produk Kerajinan Tempat Tisu Ramah Lingkungan dari Limbah Kertas Bekas**

Husnul Khotimah, Putri Sari Ayu, Dea Kamelia Putri, Juliana Juliana, Ahmad Shirotol  
95-98

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5321>

**Daur Ulang Kreatif : Pengembangan Produk Keranjang dari Limbah Kertas Bekas menjadikan nilai ekonomi**

Guslinawati Guslinawati, Dedi Saputra , Sri Mulyaningsih, Junaidi Junaidi , Heru Meidiva  
99-102

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5322>

**OPTIMALISASI STRUKTUR ORGANISASI INDUSTRI KREATIF MELALUI TEORI ORGANISASI MODERN: IMPLEMENTASI DALAM PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT**

Adelia Dwi Sagita , Alfina Damayanti, Andini Andini, Hamzah Abdul Falah Sapjan, Meiry Hana Wijaya  
103-114

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5280>

**PERAN PENDIDIKAN ISLAM DALAM MELESTARIKAN BUDAYA LOKAL BETAWI DI TENGAH ARUS GLOBALISASI**

Nurfaizah Nurfaizah, Rio Permata Hati, Muhammad Abdul Khafi, Abdul Fadhil  
115-123

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5376>

**PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN MANAJEMEN KEUANGAN DI DESA CIKEUTING UDIK, KABUPATEN BEKASI**

Adelia Dwi Sagita

124-131

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5413>

**Pemberdayaan Peternak Ayam Melalui Produksi Pakan Ayam kampung menggunakan Teknologi Mesin Mixer Mill di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah**

Muhammad Husaini, Kusuma Adhianto , Maulid Wahid Yusuf

132-139

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5475>

**PEMBERDAYAAN PETERNAK PERDESAAN & USAHA PETERNAKAN TERINTEGRASI DI DESA RUKTI ENDAH, KEC. SEPUTIH RAMAN, KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

Muhammad Husaini, Kusuma Adhianto , Maulid Wahid Yusuf

140-146

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5476>

**STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UMKM DONUTS RAINBOW SEBAGAI PENUNJANG KEGIATAN PROMOSI**

Ita Purnama, Hidratul Iftar, Nurirna Sakinah

147-153

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5549>

**PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM SALOME NINGSIH SEBAGAI PENUNJANG KEGIATAN PROMOSI DAN PEMASARAN**

Ita Purnama, Nur Fauziah Nabila, Desi Fitriyaningsih

154-160

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5548>

**PENDAMPINGAN USAHA BAKSO GOYANG LIDAH UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK**

Ita Purnama, Nurfitriah, Nurul Hidayanti

161-169

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5583>

**Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran Kue Pukis Mini sebagai Peluang Usaha Kuliner Kreatif Berbasis UMKM**

Resti Ningrum, Wulan Rizki Ramdani, Ita Purnama

170-180

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5551>

**PENINGKATAN DIGITAL MARKETING DAN INOVASI KEMASAN PADA UMKM PANGAHA BUNGA DI KELURAHAN RONTU KOTA BIMA**

Zahra Sausan, Jumyati Jumyati, Ita Purnama

181-188

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5550>

**PROGRAM SHARING SESSION KELOMPOK 16 BSI EXPLORE UNTUK ANAK ANAK SMAIT EL MUNA**

Pantja Adiguna Muharam, Rahma Yuliatin Nisa, M. Agil Aljafar, Bagas Setiawan, Mutiara Adinda Paramesti, Wahyudi Wahyudi

189-201

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5664>

**PERAN LEMBAGA KOPERASI TERHADAP UMKM DI TANGERANG SELATAN**

Syamsul Mu'Arif, Mohamad Safi'i , Yulianto Yulianto

202-206

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5781>

**Pengabdian Masyarakat Berbasis Teori Organisasi: Strategi Penguatan**

Andry Eryanto

207-213

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5802>

**Implementasi Penguatan Kapasitas Digital Pelaku Usaha SW Souvenir & Accessories Store di Batam melalui Pemanfaatan Digital Marketing**

Riki Riki, Dadi Akhmad Perdana, Putu Rani Susanthi

214-225

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5784>

**ENHANCING 5TH GRADE READING SKILL IN DESCRIPTIVE TEXT AT YP HKBP 1  
PEMATANGSIANTAR THROUGH GENRE-BASED APPROACH**

Duma Simanjuntak , Netania Saragih , Frans Panjaitan , Herman

226-234

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5834>

**Edukasi Mitos dan Fakta Gizi pada Remaja di Kota Batam**

Adelia Paradya Zetta, Miftahul Jannah, Alfirqan Anshari, Prananingrum Kinasih, Beatrice  
Cynthia Walter

234-238

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5823>

**PEMBERDAYAAN UMKM ARZZAM TAILOR MELALUI PENCATATAN KEUANGAN  
SEDERHANA DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL**

Putri Nabila Haerunisa, Nur Afni Chelya Putri AR, Sumaryanto

239-243

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5858>

**PKM Digitalisasi Informasi Produk UMKM Melalui Platform Blogger: Solusi Promosi Gratis,  
Praktis, dan Berkelanjutan**

Tri Ika Jaya Kusumawati, Agus Umar Hamdani , Ravindra Safitra

273-279

 DOI : <https://doi.org/10.61722/japm.v3i4.5899>



**LETTER OF ACCEPTANCE**

**No.5899/JAPM/VII/2025**

**Dear Autor : Tri Ika Jaya Kusumawati  
Agus Umar Hamdani  
Ravindra Safitra**

**di –  
Universitas Budi Luhur**

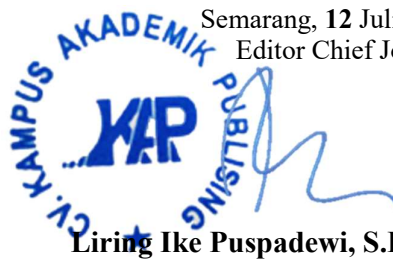
Dengan hormat,  
Kami dari Redaksi Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat menyampaikan bahwa artikel bapak/ibu dengan judul:

**PKM DIGITALISASI INFORMASI PRODUK UMKM MELALUI  
PLATFORM BLOGGER: SOLUSI PROMOSI GRATIS, PRAKTIS,  
DAN BERKELANJUTAN**

Telah diterima dan sudah direview dan dinyatakan diterima (ACCEPTED) dan akan diterbitkan di **Volume 3 Nomor 4 Edisi Juli 2025** dengan **e-ISSN : 3030-8631 p-ISSN : 3030-864X**.

Kami mengucapkan terimakasih banyak atas kepercayaan bapak/ibu untuk menerbitkan artikel terbaik, kami akan kembali menginformasikan tahap proses berikutnya sampai publish (terbit). dan untuk seterusnya kami masih menunggu artikel terbaik saudara selanjutnya.

Demikianlah surat keterangan ini kami perbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Semarang, 12 Juli 2025  
Editor Chief Journal  
  
**Liring Ike Puspawati, S.Kom.**



## PKM Digitalisasi Informasi Produk UMKM Melalui Platform Blogger: Solusi Promosi Gratis, Praktis, dan Berkelanjutan

**Tri Ika Jaya Kusumawati**

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

**Agus Umar Hamdani**

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

**Ravindra Safitra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

Alamat: Jl. Ciledug Raya Petungkana Utara Pesanggrahan Jakarta Selatan

Korespondensi penulis: [tri.ikajaya@budiluhur.ac.id](mailto:tri.ikajaya@budiluhur.ac.id)

**Abstrak.** Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membantu digitalisasi informasi produk pada UMKM Dapur Kalysa melalui pemanfaatan platform Blogger sebagai media promosi daring. Sebelum kegiatan dilakukan, mitra hanya mengandalkan status WhatsApp untuk menyampaikan informasi produk kepada pelanggan. Hal ini menyebabkan proses komunikasi yang tidak efisien karena mitra harus menjawab pertanyaan serupa secara berulang, seperti bahan baku yang digunakan, durasi pembuatan, hingga harga dan ketentuan pemesanan. Melalui kegiatan ini, tim PKM memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra untuk membuat serta mengelola blog sederhana yang menampilkan informasi produk secara lengkap dan terstruktur. Blogger dipilih sebagai solusi karena sifatnya yang gratis, mudah digunakan, tidak memerlukan pengaturan teknis yang kompleks seperti halnya WordPress, serta memungkinkan mitra untuk secara mandiri memperbarui konten sewaktu-waktu. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu membuat dan mengoperasikan blog untuk menampilkan katalog produk, informasi pemesanan, dan testimoni pelanggan. Digitalisasi ini tidak hanya mengurangi beban komunikasi berulang, tetapi juga meningkatkan profesionalitas dan jangkauan promosi produk secara daring. Blogger terbukti menjadi alternatif praktis dan berkelanjutan bagi UMKM dalam membangun kehadiran digital tanpa menambah beban biaya.

**Kata Kunci:** PKM, UMKM, Blogger, digitalisasi informasi, promosi produk, solusi tanpa biaya

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam struktur ekonomi nasional, dengan kontribusi mencapai 61% terhadap Produk Domestik Bruto dan menyerap hingga 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024; Liputan6.com, 2024). Namun demikian, tantangan transformasi digital di sektor ini masih tinggi, terutama dalam pemanfaatan media informasi untuk komunikasi produk. Studi menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih bergantung pada promosi manual seperti WhatsApp atau media sosial pribadi, yang kurang efektif dan sulit didokumentasikan secara konsisten (Dailysocial.id, 2023; Yuliana & Kurniawati, 2022; Lestari, 2022).

Digitalisasi informasi produk menjadi kebutuhan mendesak karena konsumen menuntut akses cepat terhadap detail produk, harga, komposisi, hingga cara pemesanan (Prayogo & Anisa, 2022). Tanpa sistem informasi sederhana yang mudah dikelola, UMKM mengalami kesulitan dalam menjaga efisiensi komunikasi, meningkatkan

jangkauan pasar, dan membangun citra usaha yang profesional (Supriyanto & Endrawati, 2021; Haryanto & Ramadhani, 2023).

Permasalahan serupa ditemukan pada mitra kegiatan ini, UKM Dapur Kayla, yang bergerak di bidang makanan ringan dan sepenuhnya mengandalkan sistem *made by order*. Seluruh proses promosi masih dilakukan secara personal melalui WhatsApp, sehingga informasi produk tidak terstruktur, tidak terdokumentasi, dan sulit diakses pelanggan secara mandiri. Hal ini menimbulkan repetisi komunikasi yang menguras waktu serta kehilangan peluang pasar potensial.

Berbagai pendekatan telah digunakan dalam kegiatan PKM untuk membantu UMKM melakukan digitalisasi, mulai dari pengembangan website berbasis CMS seperti WordPress (Kusumawati & Safitra, 2024), pemanfaatan Google Sites (Lestari, 2022), hingga pelatihan pembuatan blog gratis sebagai katalog produk (Supriyanto & Endrawati, 2021). Meskipun efektif, beberapa platform tersebut tetap menyisakan tantangan dari sisi teknis dan finansial, terutama kebutuhan hosting, domain, dan pengelolaan sistem.

Pengalaman penulis dalam kegiatan PKM sebelumnya menunjukkan bahwa solusi digital harus disesuaikan dengan kapasitas dan kesiapan teknis mitra. Untuk itu, platform Blogger dipilih sebagai alternatif strategis karena gratis, minim perawatan, mudah digunakan, dan terintegrasi langsung dengan ekosistem Google. Blogger memungkinkan pelaku UMKM seperti Dapur Kayla untuk memiliki katalog digital profesional tanpa harus terbebani biaya operasional tambahan atau keahlian teknis yang tinggi (Wibowo, 2023; Prayogo & Anisa, 2022).

Kegiatan PKM ini secara umum mencakup dua fokus, yaitu digitalisasi informasi produk dan pengembangan produk *frozen*. Namun, artikel ini secara khusus membahas aspek digitalisasi informasi produk melalui Blogger, sebagai bentuk intervensi untuk membangun sistem komunikasi produk yang efisien, mandiri, dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Juni 2025 yang bertempat di Jl. Aneka warga 2 no.75 Rt 002/007 Gaga, Larangan Tangerang. Mitra merupakan UMKM aneka makanan ringan.



Gambar 1. Kegiatan dan Produk Dapur Kalysa

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap kegiatan, serta tahap evaluasi dan monitoring. Setiap tahap dirancang untuk memastikan solusi digitalisasi informasi produk dapat diterapkan dengan baik oleh mitra. Alur pelaksanaan dijelaskan pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan PKM

### **1. Identifikasi Kebutuhan Mitra**

Tahap awal dilakukan melalui observasi dan diskusi langsung dengan mitra UKM untuk memahami kebutuhan mereka dalam menyampaikan informasi produk secara digital. Fokus identifikasi meliputi:

- Jenis produk yang dipasarkan (bolu, risol, dimsum, dll.),
- Informasi penting yang perlu dicantumkan di media digital (bahan, harga, kontak),
- Tingkat literasi digital mitra.

Hasil dari proses ini menjadi dasar dalam menentukan desain blog dan pendekatan pelatihan yang sesuai dengan kapasitas mitra.

### **2. Perancangan dan Pembuatan Blog**

Setelah kebutuhan mitra terpetakan, tim pengabdian langsung melakukan perancangan konten dan struktur blog, kemudian membuat media digital menggunakan platform Blogger. Aktivitas ini mencakup:

- Penentuan nama dan alamat blog,
- Instalasi template visual yang sesuai dengan karakter produk,
- Pengisian awal konten blog berupa katalog produk dengan gambar, deskripsi, harga, serta informasi kontak (termasuk integrasi WhatsApp),
- Penyusunan struktur navigasi yang sederhana: Beranda, Produk, dan Kontak.

Platform Blogger dipilih karena mudah diakses, gratis, dan dapat langsung digunakan mitra tanpa keahlian teknis tinggi. Dengan pendekatan ini, mitra tidak dibebani untuk membangun sistem dari awal, melainkan langsung menerima blog yang siap digunakan.

### **3. Pelatihan Penggunaan dan Evaluasi Awal**

Setelah blog selesai dibuat, tim memberikan pelatihan singkat kepada mitra untuk mengenalkan cara mengoperasikan dan memperbarui informasi di blog. Materi pelatihan mencakup:

- Menambahkan produk baru,
- Mengganti foto atau deskripsi,
- Menanggapi komentar atau pesan masuk dari pengunjung.

Pelatihan dilakukan secara langsung, dengan modul sederhana dan praktik langsung. Setelah pelatihan, tim melakukan evaluasi awal dengan cara:

- Observasi terhadap kemampuan mitra menggunakan blog,
- Monitoring interaksi pengguna di blog (kunjungan, komentar),
- Wawancara singkat mengenai kemudahan dan manfaat blog dalam aktivitas pemasaran.

Evaluasi ini memberikan umpan balik penting untuk penyempurnaan penggunaan blog ke depan dan potensi integrasi dengan platform digital lain.

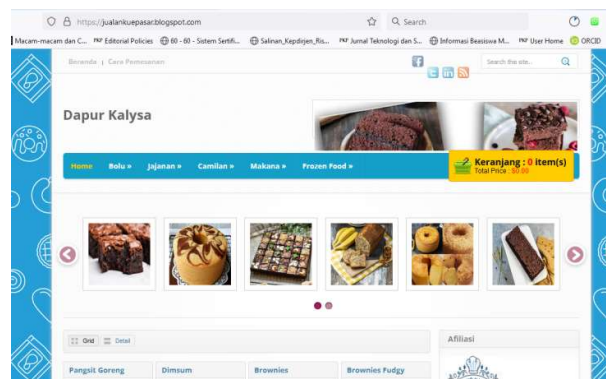
Detail kegiatan PKM ini dapat dilihat pada tabel 1, berikut ini :

Tabel 1. Kegiatan PKM

| No | Mulai     | Selesai   | Alokasi Kegiatan                                            |
|----|-----------|-----------|-------------------------------------------------------------|
| 1  | 3-6-2025  | 4-6-2025  | Observasi awal dan koordinasi dengan mitra                  |
| 2  | 5-6-2025  | 6-6-2025  | Identifikasi kebutuhan informasi dan struktur konten produk |
| 3  | 7-6-2025  | 13-6-2025 | Perancangan dan pembuatan blog menggunakan platform Blogger |
| 4  | 14-6-2025 | 16-6-2025 | Pengisian konten awal dan integrasi fitur pendukung         |
| 5  | 17-6-2025 | 19-6-2025 | Pelatihan penggunaan blog kepada mitra                      |
| 6  | 20-6-2025 | 1-7-2025  | Pendampingan, monitoring, dan evaluasi awal penggunaan blog |

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

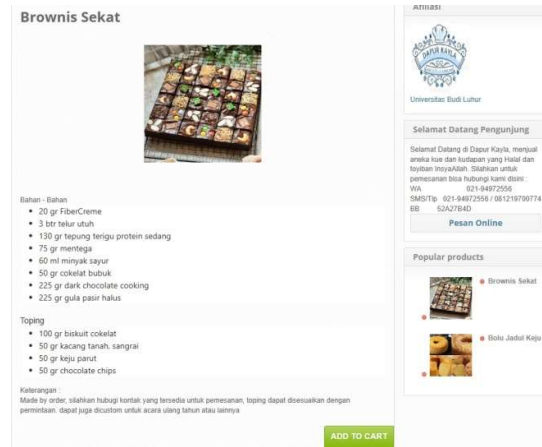
Berdasarkan tahapan kegiatan yang telah dilakukan maka dihasilkan sebuah blog dengan gambaran sebagai berikut :



Gambar 3. Tampilan awal Dapur Kalysa <https://jualankuepasar.blogspot.com/>

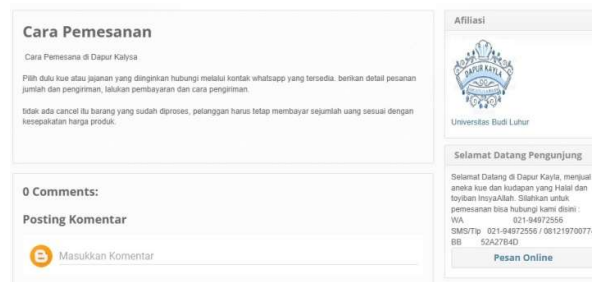
Alamat <https://jualankuepasar.blogspot.com/> dipilih agar dapat menjadi daya tarik dan sebagai trik untuk SEO.

***PKM Digitalisasi Informasi Produk UMKM Melalui Platform Blogger:  
Solusi Promosi Gratis, Praktis, dan Berkelanjutan***



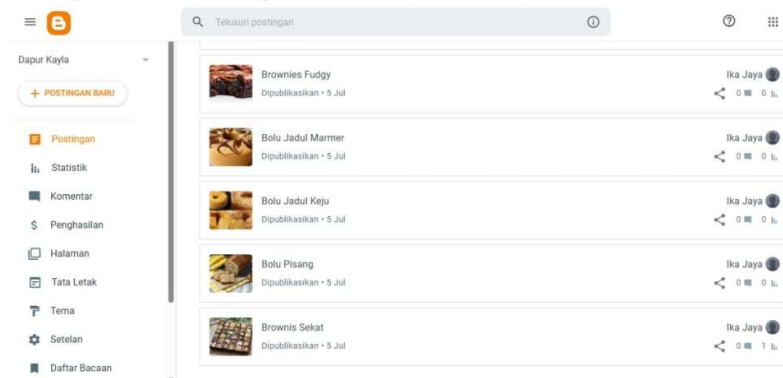
Gambar 4. Detail Produk dan Sidebar Kanan

Setiap postingan produk sudah dilengkapi dengan deskripsi bahan dan tambahan lainnya terkait produk berikut cara pemesanan. Pada bagian sidebar sudah ada informasi kontak pemesanan yang langsung diarahkan pada kontak admin untuk mempermudah pemesanan.



Gambar 5. Halaman Cara Pemesanan

Halaman ini dibuat agar lebih mempermudah pengunjung untuk mengetahui alur pemesanan, sehingga UMKM Dapur Kalysa tidak perlu berulang kali menjelaskan.



Gambar 6. Dashboard web dapur kalysa

Pengolahan etalase produk dapat dilakukan dengan mudah karena ditampilkan dalam bentuk list sederhana (mudah dipahami) dan ada bantuan pencarian untuk mempermudah mencari produk di sisi admin web.





Gambar 7. Kegiatan PKM Pembutan, evaluasi Blog dan Pelatihan Penggunaan

Pelatihan dan pendampingan penggunaan web profile produk ini diawali dengan pengenalan web berikut seluruh menu yang tersedia (posting produk dan pengaturan etalase produk).

Kegiatan berikutnya setelah pelatihan adalah dilakukan tanya jawab kepada mitra terkait sistem yang dihasilkan dan pelatihan yang dilakukan sebagai bentuk evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil evaluasi sistem dan kegiatan sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Evaluasi Web Dengan Usability Testing sederhana

| Penilaian                            | Prosentase |
|--------------------------------------|------------|
| Learnability (kemudahan mempelajari) | 82.1 %     |
| Efficiency (efisien)                 | 78,97%     |
| Memorability (kemudahan mengingat)   | 82,1%.     |
| Satisfaction (kepuasan)              | 80,77%     |

Secara keseluruhan nilai penerimaan mitra terhadap web Dapur Kalysa didapat nilai 81%. Angka ini menunjukkan bahwa sistem penilaian yang dibangun dapat diterima dengan baik dan berhasil memenuhi aspek usability system.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Pelatihan Pengelolaan Web

| Penilaian        | Hasil       | Prosentase |
|------------------|-------------|------------|
| Materi pelatihan | Baik        | 82%        |
| Cara penyampaian | Baik sekali | 87%        |
| Komunikasi       | Baik sekali | 87%        |

Sedangkan dari segi pelatihan didapatkan rata-rata 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan dapat diterima dengan baik dan bermanfaat bagi sekolah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa, serta evaluasi dengan menggunakan teknik usability testing sederhana maka dapat dinyatakan bahwa web yang dihasilkan untuk mitra sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima dengan baik sebesar 81%. Angka ini menunjukkan bahwa masih dapat dioptimalkan lagi web yang dibangun dengan menambahkan kemudahan lainnya.

Dari segi konsep pelatihan dan pendampingan yang diberikan sesuai hasil evaluasi menunjukkan nilai sebesar 85,33%. Angka ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan

yang diberikan sudah sangat baik, sehingga dapat dipertahankan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya.

Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya adalah dengan diadakannya pelatihan produksi dan inisiasi pengembangan produk baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dailysocial.id. (2023, Juni 14). *Tren digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan peluang*. <https://news.dailysocial.id/entrepreneur/entrepreneur-news/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Haryanto, D., & Ramadhani, A. R. (2023). Strategi digitalisasi UMKM berbasis blog untuk peningkatan promosi produk lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 44–51. <https://doi.org/10.31289/jekpm.v5i1.1234>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *UMKM jadi tulang punggung ekonomi Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kusumawati, T. I. J., & Safitra, R. (2024). PKM pembuatan web e-commerce dengan CMS WordPress untuk meningkatkan penjualan pada UMKM E-Nambah Kota Tangerang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1812–1818. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i2.12345>
- Lestari, S. M. (2022). Pelatihan pengelolaan katalog digital berbasis Google Sites bagi UMKM kuliner desa. *Jurnal Abdi Kreatif: Inovasi Pengabdian untuk Negeri*, 4(1), 56–63. <https://doi.org/10.25077/jabdikreatif.v4i1.2022.56>
- Liputan6.com. (2024, April 12). *Kontribusi UMKM ke PDB Indonesia tembus Rp 9.580 triliun*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5665709/kontribusi-umkm-ke-pdb-indonesia-tembus-rp-9580-triliun>
- Prayogo, A., & Anisa, N. (2022). Digitalisasi UMKM dengan platform ramah pengguna: Studi kasus Blogger dan Google Bisnisku. *Jurnal Transformasi Digital UMKM*, 3(2), 89–96.
- Supriyanto, A., & Endrawati, R. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pembuatan blog gratis sebagai media promosi usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 3(2), 75–82. <https://doi.org/10.31294/jpm.v3i2.2021.75>
- Wibowo, R. (2023). Penggunaan Blogger sebagai solusi digitalisasi usaha mikro. *Jurnal Teknologi Sosial dan Kewirausahaan*, 7(1), 101–108. <https://doi.org/10.24002/jtsk.v7i1.1578>
- Yuliana, R., & Kurniawati, D. (2022). Hambatan dan strategi UMKM dalam pemanfaatan teknologi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 211–220.