Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 116-119

EDUKASI DAN PENDAMPINGAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS BISNIS DAPUR UMMI

Adi Sutrisman[1)] Arabiatul Adawiyah [2)], Liza Utama[2)], Al-Man Raffli Saputra[4)]
[1, 2, 3, 4] Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya

Email: adisutrisman@Polsri.ac.id

Abstract

Dapur Ummi Kyana, an MSME specializing in culinary, specifically boxed rice, faces challenges in leveraging e-commerce to expand its market and increase its competitiveness. To address this, a community service program was implemented aimed at improving the knowledge and skills of owners and employees in using e-commerce platforms. The program was designed to help Dapur Ummi Kyana maximize product marketing, increase sales, and operational efficiency through digital technology. The program began with a needs analysis to identify areas requiring improvement, followed by training and education on the use of e-commerce applications. Technical assistance was provided to ensure optimal online store management. Regular monitoring and evaluation were conducted to assess progress and provide constructive feedback. The results showed significant improvements: the owners and employees now have a better understanding of e-commerce and are able to manage their online store independently. Sales increased by approximately 30% in the first three months following the mentoring program thanks to more effective marketing strategies. The Dapur Ummi Kyana brand also became better known, resulting in an increase in new customers. The program is expected to have a positive long-term impact, and it is recommended that MSMEs continue to stay abreast of technological developments and digital marketing trends to boost business interest.

Keywords: *Dapur Ummi Kyana, E-commerce, Education, Assistance*

Abstrak

Dapur Ummi Kyana, sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya layanan catering nasi box, menghadapi kendala dalam pemanfaatan e-commerce untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Untuk mengatasi hal tersebut, dilaksanakan program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik serta karyawan dalam penggunaan platform e-commerce. Program ini dirancang untuk membantu Dapur Ummi Kyana memaksimalkan pemasaran produk, meningkatkan penjualan, serta efisiensi operasional melalui teknologi digital. Kegiatan diawali dengan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi aspek yang memerlukan perbaikan, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan dan edukasi terkait penggunaan aplikasi e-commerce. Pendampingan teknis diberikan agar pengelolaan toko online berjalan optimal. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai kemajuan dan memberikan masukan konstruktif. Hasil yang diperoleh menunjukkan peningkatan signifikan: pemilik dan karyawan kini lebih memahami e-commerce dan mampu mengelola toko online secara mandiri. Penjualan meningkat sekitar 30% dalam tiga bulan pertama pasca pendampingan berkat strategi pemasaran yang lebih efektif. Brand Dapur Ummi Kyana juga menjadi lebih dikenal, sehingga jumlah pelanggan baru bertambah. Program ini diharapkan memberikan dampak positif jangka panjang, dan disarankan agar UMKM terus mengikuti perkembangan teknologi serta tren pemasaran digital untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Kata kunci : *Ummi Kyana's Kitchen, E-commerce, Edukasi, Pendampinga*

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 116-119

1. PENDAHULUAN

Dinas Koperasi dan UMKM Palembang memiliki program pembinaan untuk pelaku UMKM, namun dari seluruh usaha yang ada di kota ini, hanya sekitar 10,8% atau sekitar 4.000 unit yang ikut mendapatkan pendampingan. Hal ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi agar bisnis mereka tetap bertahan dan berkembang [1]. Menurut Maryama (2013), e-commerce adalah kegiatan bisnis yang dilakukan melalui internet, di mana kemajuan teknologi memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli dan aktivitas bisnis lainnya secara daring [2].

Dapur Ummi Kyana merupakan UMKM yang bergerak di bidang katering, khususnya penyediaan nasi box. Proses produksi ditangani langsung oleh pemilik, Ibu Ara, dibantu empat karyawan serta satu orang suami. Saat ini, strategi penjualan dilakukan secara offline dengan menunggu pelanggan datang langsung, serta online berupa media sosial. Persaingan dalam bisnis nasi box di Palembang cukup ketat, sehingga Dapur Ummi Kyana perlu melakukan berbagai upaya untuk menjaga kelangsungan usaha, baik melalui manajemen, sumber daya manusia, produksi, maupun pemasaran. Mengingat kemajuan teknologi saat ini, e-commerce menjadi media yang efektif dan murah untuk memasarkan produk secara lebih luas [3]. Berdasarkan hal ini, penulis tertarik untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan tema "Edukasi dan Pendampingan Penggunaan E-commerce sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Bisnis pada Dapur Ummi Kyana Palembang..

2. IDENTIFIKASI MASALAH

UMKM Dapur Ummi Kyana dalam proses penjualan masih mengandalkan strategi npemasaran offline.
Permasalahannya terletak pada kurangnya kehadiran online mereka dalam ekonomi digital yang semakin berkembang. Beberapa masalah yang dihadapi UMKM Dapur Ummi Kyana dapat mencakup [4]:

1) Terbatasnya Jangkauan Pelanggan: Dapur Ummi Kyana hanya dapat menjangkau pelanggan lokal atau yang berada dalam radius tertentu. Hal ini dapat membatasi potensi pertumbuhan bisnis mereka.
2) Kurangnya Sumber Daya Digital: Dapur Ummi Kyana tidak memiliki keahlian atau sumber daya untuk membangun dan mengelola kehadiran online mereka. Ini bisa mencakup pembuatan situs web, pengelolaan media sosial, dan pemasaran digital lainnya.
3) Keterbatasan Pengetahuan Digital: Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan cara memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan dan menarik pelanggan baru. \
4) Tidak Dapat Memanfaatkan Ulasan dan Testimoni Online: [5] Dapur Ummi Kyana hanya fokus pada pemasaran secara offline sehingga kehilangan peluang untuk mendapatkan ulasan dan testimoni positif secara online, yang dapat menjadi alat yang kuat untuk membangun kepercayaan pelanggan.
5) Pesaing yang kuat Banyak pesaing telah beralih ke model bisnis online, meninggalkan Dapur Ummi Kyana bersaing dengan pesaing yang lebih kuat secara digital. Secara keseluruhan, dengan pemanfaatan ekonomi digital dapat menjadi solusi bagi masalah pemasaran offline dengan membuka peluang baru, meningkatkan visibilitas, dan memperluas potensi pertumbuhan bisnis [6].

3. METODELOGI PELAKSANAAN.

Metode pelaksanaan sosialisasi dilakukan melalui pemberian penjelasan secara lisan dan simulasi praktik langsung. Kegiatan diawali dengan sesi perkenalan, dilanjutkan dengan penggalian pengetahuan awal melalui pertanyaan kepada pemilik dan karyawan Dapur Ummi Kyana, kemudian materi terkait pemanfaatan e-commerce dipaparkan secara sistematis. Selama proses penyuluhan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan aktif memperhatikan setiap informasi yang disampaikan. Rencana kegiatan serta urutan penyelesaian masalah seperti pada Tabel 3.

Aptekmas
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 116-119

Tabel 1. Rencana Kegiatan dan Cara PenyelesaianMasalah.

No.	Permasalahan	Kegiatan PKM	Tempat
1	Belum adanya pengetahuan terkait penggunaan *e-commerce*	Workshop Penggunaan Aplikasi *e-commerce*	Dapur Ummi Kyana Palembang
2	Pendampingan pemanfaatan fitur-fitur yangada pada aplikasi *e-commerce*	Pelatihan dan praktek penggunaan *e-commerce*	Dapur Ummi Kyana Palembang
3	Monitoring	Evaluasi hasil pelatihan	Dapur Ummi Kyana Palembang

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pembelajaran terkait pemanfaatan aplikasi e-commerce kepada Dapur Ummi Kyana Palembang. Diharapkan melalui kegiatan ini, penggunaan e-commerce dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk dan mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan. Dengan demikian, Dapur Ummi Kyana berpotensi berkembang menjadi Smart UMKM yang mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional bisnisnya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan memberikan materi mengenai materi *digital marketing* kepada pihak Dapur Ummi Kyana melalui metode ceramah dan diskusi. Kemudian dilanjutkan dengan memberikan pelatihan menggunakan aplikasi *e-commerce* metode ceramah dan praktik langsung. Dalam kegiatan ini pihak Dapur Ummi Kyana Palembang sebagai peserta diberikan modul penggunaan aplikasi *e-commerce.* Selain memberikan pelatihan dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* dilakukan pendampingan kepada pihak Dapur Ummi Kyana dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* tersebut. Sehingga pihak Dapur Ummi Kyana dapat dengan mudah memahaminya.



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan Menggunakan Aplikasi *E-commerce*

Setelah itu dilakukan monitoring dan evaluasi dari kegiatan pelatihan dan pendampingan. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner dan post test kepada pemilik dan karyawan Dapur Ummi Kyana Palembang untuk mengukur tingkat pemahaman mereka terhadap materi e-commerce yang telah diberikan selama kegiatan pengabdian.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Daftar Evaluasi	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
1.	Pemahaman digital marketing	30%	90%
2.	Pemahaman menu dan fitur diaplikasi *ecommerce*	Tidak Ada	85%
3.	Cara menggunakan aplikasi *ecommerce*	Tidak Ada	85%

Volume 7, Nomor 4, (2024)
http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix
pp 116-119



Gambar 2. Foto Bersama

Hasil pengabdian ini memperlihatkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan aplikasi *ecommerce*. Sebelum pelatihan, tidak ada peserta yang paham dengan aplikasi ini. Setelah pelatihan, 85% peserta memahami mengenai digital marketing dan menggunakan aplikasi *ecommerce*

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai edukasi penggunaan aplikasi *ecommerce* pada Dapur Ummi Kyana di Palembang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai teknologi digital dalam bisnis. Melalui edukasi ini, peserta belajar cara menggunakan platform *e-commerce* dalam memasarkan produknya, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan. Kegiatan ini berhasil memberikan wawasan baru kepada para pelaku usaha di Dapur Ummi Kyana tentang pentingnya digitalisasi dalam pengelolaan usaha kecil, serta membantu memperkuat ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini telah dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset dan Teknologi sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penugasan Penelitian Kerjasama Dosen dan Mahasiswa Kemitraan Nomor : 8285/PL6.2.1 /PG/2023 Tanggal 30 Juli 2024.

Selain itu terimakasih diucapkan kepada pihak Dapur Ummi Kyana yang telah memberikan kesempatan untuk memberikan pemahaman mengenai digital marketing dan implementasi aplikasi *e-commerce*

7. REFERENSI

[1] Darnis, F. Azdy, R.A. 2019. Pemanfaatan Media Informasi Website Promosi (ECommerce) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedodo. Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019.

[2] Khan, A. G. 2016. *Electronic Commerce: a Study on Benefits and Challenges in An Emerging Economy*. Global Journal of Management and Business Research. 16 (1): 18-22 Kadir, Abdul, Konsep dan Tuntunan Praktis Basis Data, Andi, Yogyakarta, 2005

[3] Rakanita, Amanda Mastisia 2019. *Pemanfaatan E-Comemmerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karang Sari Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak.* Jurnal EKBIS Vol.XX, no.2

[4] Octarina, A., Rahman, A., Kesuma, F. P., & Surahmat, S. 2023. Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM IKN Nusantara. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, *2*(2), 103-107.

[5] Destiarini, D., Rahman, A., Azwar, A., Lucyana, L., & Mewinda, E. R. 2023. Penerapan Teknologi Informasi Desain Kemasan Produk Kripik dan Donat Desa Gedung Pekoun Kecamatan Lengkiti Kabupaten OKU. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, *2*(2), 225-230.

[6] Azwar, A., Destiarini, D., Lucia, M., Meiwinda, E. R., Kuswanto, J., & Yulistia, E. 2021. Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Desa Battu Winangun. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) Universitas Baturaja*, *2*(1), 58-63.