

Pemberdayaan UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang Melalui Pendampingan Pelatihan Pengelolaan Website Etalase Digital

Aurantia Marina¹, Trizaurah Armiani^{1*}, Indri Ariyanti¹, Nabel Arinaullah¹, Muhammad Lutfi Kurniawan¹, William Mikha Nahupaido Simanjuntak¹

¹Politeknik Negeri Sriwijaya

INFO ARTIKEL

Diserahkan:
03/10/2025
Direvisi:
25/10/2025
Diterima
13/11/2025

Keywords:

UMKM,
Pendampingan,
Etalase Digital,
Literasi Digital,
Pemasaran Online

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran dan pengelolaan usaha. Namun, banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan literasi digital sehingga proses operasional dan promosi belum berjalan optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang melalui pendampingan pelatihan pengelolaan website etalase digital sebagai media promosi dan pelayanan pelanggan. Metode pelaksanaan meliputi empat tahapan, yaitu sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, pelatihan literasi digital dan pengelolaan website, implementasi website etalase digital berbasis PHP-MySQL, serta evaluasi dan pendampingan berkelanjutan. Pelatihan dilaksanakan secara interaktif menggunakan pendekatan learning by doing, sehingga peserta dapat mempraktikkan langsung cara mengunggah foto produk, memperbarui harga, dan memanfaatkan website dalam kegiatan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kapasitas digital mitra. Evaluasi pre-post test mencatat peningkatan pemahaman promosi digital dari 40% menjadi 85%, serta peningkatan kemampuan teknis pengelolaan website dari 30% menjadi 90%. Implementasi website juga berdampak pada meningkatnya jangkauan pasar dan efisiensi pencatatan pesanan. Program ini memperkuat literasi digital, meningkatkan kemandirian mitra dalam memanfaatkan teknologi, serta menjadi model pemberdayaan UMKM kuliner dalam menghadapi transformasi digital. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan pengelolaan website etalase digital terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang.

Corresponding author email: trizaurah.armiani@polsri.ac.id



Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license
Copyright@ Author (2025).

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia membawa perubahan besar dalam pola bisnis, terutama bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan teknologi informasi kini menjadi kebutuhan utama dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital, baik karena keterbatasan pengetahuan, infrastruktur, maupun sumber daya manusia. Hal ini menyebabkan rendahnya literasi digital dan kurang optimalnya penggunaan platform digital dalam pemasaran produk [1]. Transformasi digital terbukti mampu meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur [2]. Selain itu, digitalisasi telah menjadi faktor penting dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi UMKM di Indonesia [3]. Pengembangan website sebagai etalase digital juga terbukti efektif meningkatkan profesionalitas

dan jangkauan pasar UMKM [4]

Kota Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, termasuk di sektor kuliner. Salah satu pelaku usaha yang mewakili tantangan dan peluang digitalisasi UMKM adalah Dapur Ummi Kyana, sebuah usaha catering nasi box yang dijalankan oleh pasangan suami istri di kawasan Bukit Baru, Palembang. Usaha ini telah memiliki pelanggan tetap dari kalangan mahasiswa, pekerja kantoran, dan masyarakat sekitar. Namun, sistem pemasaran dan pengelolaan usahanya masih dilakukan secara konvensional, seperti melalui pemesanan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Minimnya pemanfaatan media digital menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan proses operasional belum efisien.

Transformasi digital melalui pelatihan dan pendampingan menjadi strategi penting untuk meningkatkan kapasitas UMKM seperti Dapur Ummi Kyana. Pemanfaatan etalase digital menjadi salah satu strategi yang terbukti meningkatkan keterlibatan konsumen melalui penyajian informasi produk yang lebih menarik [5]. Melalui penguasaan literasi digital, pelaku usaha dapat memanfaatkan platform daring, membangun branding produk, serta mengelola pesanan secara lebih sistematis. Program pelatihan pengelolaan website etalase digital diharapkan tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga menumbuhkan kemandirian mitra dalam memanfaatkan teknologi secara berkelanjutan [6].

Kegiatan pendampingan dan pelatihan ini dilaksanakan sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat (PkM) Politeknik Negeri Sriwijaya. Tujuannya adalah untuk memberdayakan UMKM melalui peningkatan kompetensi digital, penyediaan media promosi berbasis web, serta pendampingan berkelanjutan agar mitra mampu mengelola sistem secara mandiri. Program ini juga berkontribusi terhadap Sustainable Development Goals (SDGs) poin 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, serta SDGs poin 9 tentang Industri, Inovasi, dan Infrastruktur.

Dengan demikian, kegiatan ini menjadi bentuk konkret sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mendorong transformasi digital UMKM lokal. Fokus artikel ini adalah mendeskripsikan proses pendampingan pelatihan pengelolaan website etalase digital pada UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang, hasil capaian kegiatan, serta dampak yang dirasakan oleh mitra terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan pelatihan pengelolaan website etalase digital bagi UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, di mana mitra dilibatkan secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi akhir [7]. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam empat tahapan utama: (1) sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, (2) pelatihan dan pendampingan teknis, (3) implementasi website etalase digital, dan (4) evaluasi hasil serta keberlanjutan program.

2.1 Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahapan awal kegiatan dilakukan melalui kunjungan langsung dan wawancara dengan pemilik Dapur Ummi Kyana untuk memetakan kondisi eksisting usaha, kendala operasional, dan kebutuhan prioritas. Tim menemukan bahwa promosi usaha masih bersifat manual, tidak ada katalog digital produk, dan pencatatan pesanan dilakukan secara konvensional. Melalui proses ini, tim dan mitra menyepakati rencana pengembangan website etalase digital sederhana serta penyusunan modul pelatihan literasi digital.

2.2 Pelatihan dan Pendampingan Teknis

Tahapan Pelatihan dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha Dapur Ummi Kyana, diikuti oleh pemilik dan lima orang pegawai. Kegiatan difokuskan pada peningkatan pemahaman dasar mengenai digital marketing, branding produk, serta penggunaan website etalase digital. Materi pelatihan meliputi:

1. Pengenalan konsep etalase digital dan manfaatnya bagi UMKM.

2. Pelatihan mengelola konten produk (foto, deskripsi, dan harga).
3. Praktik pengunggahan dan pembaruan katalog di website.
4. Strategi promosi melalui media sosial dan integrasi WhatsApp untuk pemesanan.

2.3 Implementasi Website Etalase Digital

Tahap implementasi merupakan kelanjutan dari pelatihan, di mana tim membantu mitra menerapkan sistem digital yang telah dikembangkan. Website etalase digital dirancang menggunakan PHP dan MySQL dengan tampilan sederhana, fitur katalog produk, profil usaha, serta tautan pemesanan langsung ke WhatsApp. Sebelum diterapkan, sistem diuji dengan metode *black box testing* untuk memastikan seluruh fitur berjalan dengan baik [8]. Setelah itu, tim melakukan pendampingan lapangan untuk membantu pengisian data produk, memperbarui informasi harga, serta mengintegrasikan website dengan media sosial.

2.4 Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam menggunakan sistem digital [9]. Indikator keberhasilan meliputi:

- Kemampuan mitra dalam mengelola dan memperbarui konten website.
- Peningkatan keterlibatan pelanggan melalui media digital.
- Peningkatan jumlah pesanan dan visibilitas usaha pasca pelatihan.

Selain itu, dilakukan monitoring berkelanjutan melalui komunikasi daring untuk membantu mitra apabila mengalami kendala teknis. Tim juga menyusun rencana keberlanjutan program, meliputi pembaruan konten secara rutin, pelatihan lanjutan bagi staf baru, serta pengembangan website ke arah online ordering system sederhana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pelatihan dilaksanakan di lokasi usaha Dapur Ummi Kyana, Jalan Perum Ratu Musi Blok A.10, Bukit Baru, Palembang. Pelatihan ini diikuti oleh pemilik usaha dan lima orang staf. Proses pelatihan berlangsung secara interaktif menggunakan pendekatan *learning by doing*, agar peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu langsung menerapkannya dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM [2][10].

Pelatihan terbagi dalam dua sesi utama, yaitu (1) pelatihan literasi digital dasar, dan (2) praktik pengelolaan website etalase digital.

- Pada sesi pertama, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar pemasaran digital, strategi promosi online, serta pentingnya membangun identitas merek (*branding*) bagi UMKM. Peningkatan pemahaman ini dimaksud agar transformasi digital UMKM tidak hanya berkaitan dengan adopsi teknologi, tetapi juga perubahan pola pikir pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan bisnis [3].
- Sesi kedua berfokus pada praktik langsung menggunakan website etalase digital yang telah dirancang oleh tim pengabdian. Peserta belajar cara mengunggah foto produk, menulis deskripsi dan harga, serta memperbarui konten secara mandiri.

Adapun dokumentasi pelatihan selama pendampingan yang dilakukan ditampilkan pada gambar 1 berikut ini



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

Selama pelatihan, peserta menggunakan modul pelatihan literasi digital dan *manual book* pengelolaan website sebagai panduan. Selain itu, dilakukan pendampingan personal untuk memastikan setiap peserta memahami cara mengoperasikan sistem dan menyelesaikan kendala teknis yang muncul. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh peserta dapat mengoperasikan sistem dengan baik setelah sesi pelatihan berakhir. Berdasarkan evaluasi pasca pelatihan, tingkat pemahaman peserta terhadap konsep promosi digital meningkat hingga 85%, sedangkan kemampuan teknis dalam memperbarui konten website mencapai 90%. Mitra juga mulai memahami bagaimana promosi digital dapat meningkatkan jangkauan pasar dan memperbaiki citra usaha [2][11]. Berikut ini adalah diagram hasil evaluasi peningkatan pemahaman dan kemampuan Mitra Dapur Ummi Kyana yang ditunjukkan pada gambar 2



Gambar 2 Evaluasi Peningkatan Pemahaman dan Kemampuan Mitra

Dari diagram terlihat bahwa:

- Pemahaman promosi digital meningkat dari sekitar 40% menjadi 85%, menandakan peningkatan signifikan dalam kemampuan mitra memahami strategi pemasaran online.
- Kemampuan teknis mengelola website meningkat lebih tinggi lagi, dari 30% menjadi 90%, menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan keahlian peserta.

Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan pendekatan *learning by doing* dan pendampingan intensif, yang membuat peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara mandiri dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, tingkat kepercayaan diri mitra dalam menggunakan media digital masih berkembang dan sangat dipengaruhi oleh intensitas pendampingan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan satu kali belum cukup untuk membentuk kemahiran dalam menggunakan media digital sehingga membutuhkan pendampingan berkelanjutan dan pembiasaan penggunaan teknologi dalam aktivitas usaha sehari-hari [12]. Penguatan literasi digital menjadi tantangan tersendiri bagi mitra agar semakin cakap dan percaya diri dalam berinteraksi dengan media digital secara mandiri [13].

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pelatihan pengelolaan website etalase digital pada UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang berhasil meningkatkan kapasitas digital mitra secara signifikan. Pelatihan berbasis praktik dan pendekatan pendampingan intensif mendorong peserta memahami konsep promosi digital, mampu mengelola katalog produk secara mandiri [14], serta memanfaatkan website sebagai sarana promosi dan pelayanan pelanggan. Evaluasi pre–post test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman promosi digital dari 40% menjadi 85%, serta peningkatan kemampuan teknis pengelolaan website dari 30% menjadi 90%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa etalase digital berbasis website mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM [15].

Implementasi website etalase digital juga memberikan dampak positif terhadap operasional dan pemasaran usaha, terlihat dari meningkatnya jangkauan pasar dan efisiensi pencatatan pesanan. Selain itu, pelatihan ini memperkuat literasi digital dan mendorong kemandirian mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung keberlanjutan usaha. Dengan hasil ini, pendampingan pelatihan website etalase digital dapat menjadi model pemberdayaan UMKM kuliner lain yang memiliki kebutuhan serupa dalam menghadapi tantangan transformasi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi, atas dukungan pendanaan dan fasilitasi melalui Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Dapur Ummi Kyana Palembang sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif selama pelaksanaan program, serta seluruh tim dosen dan mahasiswa yang telah memberikan kontribusi dalam setiap tahapan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Musyrifah M, Tanniewa AM, Saal A. Pengembangan Etalase Digital sebagai Media Promosi Kain Tenun Sekomandi. *E-Dimas J Pengabdian Kpd Masy*. 2023;14(4):796–802.
- [2] 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 Nusantara*, 6(1.1), 235-240.
- [3] Astuti, E. D., & Rosita, R. (2024). Pentingnya transformasi digital UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 119-134.
- [4] Andriyani, T., Miskiyah, N., & Armiani, T. (2024, February). Website Development To Strengthen The Capabilities Of Micro And Small Businesses. In *Proceedings of the 7th FIRST 2023 International Conference on Global Innovations (FIRST-T3 2023)* (Vol. 830, p. 99). Springer Nature.
- [5] Zebua, S., Anathasya, G., & Puspitasari, Y. (2022). Understanding How Consumer's Fnb Engage With Digital Storefront. *Jmbi UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1017-1034.
- [6] Nadjmuddin M, Sunani, Yusri, Ariyanti I, Wulandari F, Putri T, et al. Pendampingan Pembuatan Kemasan Dan Iklan Kuliner Khas Daerah Produk Pedagang Kecil Di Kecamatan Ilir Barat I Palembang. *Aptekmas J Pengabdian Kpd Masy*. 2022;5(1):153–61.

- [7] Tantri, M. W., Al-Shihaby, Y., Al-Baihaki, M., Saputra, K. A., Athoillah, G., Khoirunnisa, V., ... & Ringo, Y. I. S. (2025). Pemberdayaan Perangkat Desa Dan Peningkatan Promosi Potensi Lokal Melalui Website Ekowisata Desa Gebang Berbasis Wordpress. *Laporan Upaya Nyata Inovasi Ilmu Komputer*, 3(02), 18-30.
- [8] 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.
- [9] Praseptiawan, M., Nugroho, E. D., & Iqbal, A. (2021). Pelatihan Sistem Informasi Desa untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Perangkat Desa Taman Sari. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 521-528.
- [10] Darmono, D., Ilma, A. A., Nurdiyanto, H., Wulandari, E., Susanto, T., Sudaryono, S., & Praptiwi, W. K. (2025). Digitalisasi Produk UMKM di Kabupaten Blora dalam Rangka Optimalisasi Usaha. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(3), 755-767.
- [11] Yahya, W., Jam'an, A., Fadilla, N. N., & Khatimah, H. (2025). UMKM Level Up: Strategi Pengembangan Usaha Anyaman Lontar Sulawesi Di Bontokassi Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(3), 639-648.
- [12] Ribhan, R., Firdaus, L., Ahmad, A., & Ramelan, M. R. (2024). Peningkatan Literasi Digital Sebagai Akselerasi Transformasi Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 47-54.
- [13] Priya Sahita, P., Kurniawan, S. P., Roesdianto, R., Yuniaris, W., & Lesmana, R. (2025). Peningkatan Kapasitas Masyarakat Melalui Literasi Digital Dan Pemasaran Online Di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 5-16. Diambil dari <https://jpm.stt.web.id/index.php/jpm/article/view/57>
- [14] Haryati, T., Siska, D., Ahmad, A., & Ganggut, F. (2025). Pendampingan Penggunaan Media WhatsApp Bagi Usaha UMKM di Kota Wamena. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 169-179.
- [15] Malahayati, M., Wati, A. S., Jumriatunnisah, N., Nardo, L., Rezeki, S. R., & Apriansyah, M. I. (2025). Pemberdayaan Kelompok PKK Desa Parit melalui Smart Selling System untuk Meningkatkan Literasi Digital dan Akses Pasar Produk Pangan Olahan Ikan. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4), 1061-1070