

Optimalisasi Teknologi Informasi untuk Peningkatan Penjualan dan Daya Saing pada UMKM Alkabes

V E Kurnia¹, E M Aurelia², N G P S Desniari³, S C Cen⁴, P Nastiti⁵

¹⁻⁵Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

E-mail: 221711705@students.uajy.ac.id¹, 221711704@students.uajy.ac.id²,
221711719@students.uajy.ac.id³, 221711619@students.uajy.ac.id⁴,
putri.nastiti@uajy.ac.id⁵

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mengembangkan perekonomian Indonesia. Salah satu faktor utama yang memengaruhi daya saing UMKM adalah kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan penjualan Warung Makan Alkabes melalui pemanfaatan teknologi informasi, termasuk *e-commerce* ShopeeFood, Google Business Profile, dan media sosial Instagram. Metode yang digunakan adalah pelatihan secara *offline* selama 2 hari dengan materi mengenai pengelolaan Google Business Profile, pendaftaran UMKM di *e-commerce*, strategi promosi menggunakan media sosial Instagram, dan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Implementasi dari pengabdian menunjukkan bahwa optimalisasi teknologi informasi pada Warung Makan Alkabes membawa keuntungan dan dampak yang signifikan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing. Mitra usaha mendapatkan pemahaman mengenai teknologi dan mampu menerapkannya pada usaha Warung Makan Alkabes.

Kata kunci: UMKM; Teknologi informasi; *E-commerce*; Google Business Profile; Media sosial Instagram

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in developing Indonesia's economy. One of the main factors affecting MSME competitiveness is the ability to utilize information technology. This community service aims to enhance the competitiveness and sales of Warung Makan Alkabes through the utilization of information technology, including the e-commerce platform Shopee-Food, Google Business Profile, and social media Instagram. The method employed was a two-day offline training session covering the management of Google Business Profile, MSME registration on e-commerce platforms, promotional strategies using social media Instagram, and promotional content creation using the Canva application. The implementation of this community service demonstrated that optimizing information technology at Warung Makan Alkabes brought significant benefits and impacts in increasing sales and competitiveness. Business partners gained an understanding of technology and were able to apply it to their businesses.

Keywords: MSME; Information technology; E-commerce; Google Business Profile; Social media Instagram

1. Pendahuluan

Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha atau bisnis perorangan atau badan usaha kecil yang memiliki batasan tertentu pada aset atau aktivitasnya, jumlah tenaga kerja, serta hasil penjualan atau omzetnya [1]. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian di Indonesia [2]. UMKM berperan penting dalam memperkuat ekonomi nasional melalui berbagai rangkaian kegiatan, seperti penyediaan bahan baku, menghasilkan barang, mendistribusikan produk, dan memasarkannya [3]. UMKM juga berkontribusi dalam peningkatan efisiensi ekonomi dengan memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat setempat dan mengembangkan keterampilan wirausaha di tingkat lokal. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing dengan pesaing yang lebih besar [4]. Salah satu faktor utama yang memengaruhi daya saing dan tingkat penjualan UMKM adalah kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi [5]. Kemudahan dari fungsi pemanfaatan teknologi informasi tersebut dapat mempermudah proses bisnis oleh pelaku UMKM.

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), jumlah UMKM di Indonesia mencapai 59,2 juta yang 8% atau 3,79 juta UMKM diantaranya sudah memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan bisnisnya. UMKM yang belum memanfaatkan teknologi tersebut memiliki permasalahan rendahnya sumber daya dan pengetahuan serta akses teknologi yang belum merata [6]. Menurut beberapa peneliti, menyebutkan bahwa teknologi informasi adalah salah satu komponen yang dapat meningkatkan daya saing UMKM [5]. Di era globalisasi dan perkembangan revolusi industri 4.0 diperlukan strategi dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing dan penjualan UMKM. Salah satu pendekatan yang sangat penting dalam menyusun strategi ini adalah melalui pemanfaatan teknologi informasi [7]. Dengan mengintegrasikan teknologi informasi dalam kegiatan operasional UMKM, UMKM dapat meningkatkan efisiensi proses bisnis, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif melalui platform *online*, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui berbagai media digital [8].

Dalam pengembangan bisnis UMKM dan meningkatkan daya saingnya, salah satu pemanfaatan teknologi informasi yang dapat digunakan adalah *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* dapat membantu UMKM untuk menjangkau pelanggan potensial dan mengoptimalkan penjualan. Penggunaan *e-commerce* bagi UMKM juga dapat membantu peningkatan penjualan produk UMKM. Pada tahun 2020 UMKM Indonesia melakukan survei untuk mengetahui efek *e-commerce* dalam kenaikan pendapatan dan diketahui bahwa 8% dari UMKM tersebut mengalami peningkatan omzet [9]. Dengan *e-commerce*, UMKM memiliki jangkauan yang lebih luas dan menciptakan fleksibilitas bagi konsumen [10]. Salah satu *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan bisnisnya adalah ShopeeFood. ShopeeFood adalah salah satu dari banyaknya layanan dari Shopee yang berfokus pada layanan pesan antar makanan (*online food delivery*). Manfaat dari layanan *online food delivery* adalah mendukung pengusaha dalam memperluas cakupan pemasaran produk, memudahkan proses transaksi dan pengiriman produk, meningkatkan daya saing bisnis, dan secara keseluruhan meningkatkan pendapatan [11].

Selain itu, teknologi informasi lain yang dapat digunakan adalah Google Business Profile, yaitu teknologi informasi yang dapat membantu UMKM dalam mempromosikan usahanya. Google Business Profile adalah platform bisnis *online* yang dapat digunakan secara gratis, cepat, dan mudah. Beberapa fitur Google Business Profile yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha untuk mengembangkan bisnisnya yaitu deskripsi & kategori, foto, *review*, atribut, *post*, manajemen lokasi bisnis yang terintegrasi dengan Google Maps [12]. Dengan adanya Google Business Profile, usaha dapat muncul pada laman pencarian Google sehingga memudahkan calon pelanggan untuk menemukan bisnis. Google Business Profile sangat cocok untuk target pasar lokal [12]. Keuntungan menggunakan Google Business Profile adalah meningkatkan eksposur bisnis dengan kemunculan di Google Maps sehingga lebih mudah ditemukan oleh pelanggan potensial, membantu peningkatan peringkat usaha pada pencarian Google Maps, meningkatkan kemungkinan ditemukan oleh orang-orang yang mencari layanan atau produk yang relevan, menyediakan informasi rinci tentang bisnis yang memudahkan pelanggan untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan saat mencari di Google [13].

Pada era digital saat ini, media sosial menjadi alternatif dalam pemasaran dan promosi yang efektif dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi dengan media sosial memiliki potensi untuk mendukung UMKM hingga 78% [14]. Media sosial saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat. Adapun media sosial yang dapat digunakan salah satunya adalah Instagram. Instagram sendiri memiliki fitur unggah gambar maupun video yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan bisnisnya melalui visualisasi produk yang diunggah. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur *story*, *feed*, *reels*, dan *direct Message* yang dapat mendukung komunikasi pemasaran bisnis UMKM [15].

Salah satu UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi pada usaha bisnisnya yaitu Warung Makan Alkabes yang terletak di Kledokan blok D No.63 A, Ngentak, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Alkabes adalah UMKM yang menjual produk aneka masakan rumahan dan minuman. Oleh karena itu, pengabdian ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dalam penggunaan teknologi informasi, termasuk *e-commerce* ShopeeFood yang berguna untuk mendukung pemasaran produk. Pelatihan dan pengelolaan profil bisnis di Google, termasuk integrasi dengan Google Maps dan pengelolaan ulasan di Google, dirancang untuk meningkatkan eksposur lokasi usaha, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memfasilitasi pelanggan dalam menemukan produk yang ditawarkan, sambil mempertimbangkan ulasan pelanggan untuk memperkuat citra positif bisnis secara *online*. Pengabdian juga dilakukan dengan mendaftarkan akun media sosial untuk mendukung pemasaran produk serta pelatihan Canva untuk pembuatan konten media sosial. Melalui penggabungan berbagai teknologi informasi ini, diharapkan UMKM dapat lebih kompetitif dalam pasar serta peningkatan kemudahan akses bagi konsumen dan peningkatan efisiensi operasional akan membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing Warung Makan Alkabes serta meraih peningkatan penjualan yang signifikan.

2. Analisis Situasi

UMKM Alkabes adalah warung makan yang dikelola oleh Ibu Fransisca Xaveria Any Pratikaningtyas dan berdiri sejak 2019. Alkabes berlokasi di Kledokan blok D No.63 A, Ngentak, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi Warung Makan Alkabes terletak tepat di belakang Universitas Atma Jaya Yogyakarta Kampus II Thomas Aquinas. Nama Alkabes diambil dari kepanjangan ‘Allah Kita Besar’. Alkabes menjual beberapa menu masakan rumahan, seperti terong balado, tempe orek, kentang balado, dan aneka masakan sayuran, serta berbagai minuman, seperti es teh dan minuman saset instan.

Jangkauan pasar UMKM Alkabes terbatas di wilayah sekitar warung, yang mana terdapat kampus, lokasi proyek, dan kos. Hal ini disebabkan oleh minimnya promosi dan pemasaran oleh pemilik usaha sehingga UMKM Alkabes hanya dikenal masyarakat sekitar. Promosi di UMKM Alkabes hanya menggunakan *banner* yang diletakkan di depan warung. UMKM Alkabes sebenarnya sudah menerapkan teknologi dalam pembayaran dengan menggunakan sistem QRIS. UMKM Alkabes juga sudah memiliki Google Business Profile yang terintegrasi dengan Google Maps untuk memperkenalkan usahanya. Namun, penggunaannya belum optimal dan kurang dikelola dengan baik dan teratur. Informasi yang tertera tidak lengkap sehingga pelanggan tidak terlalu tertarik untuk datang. Jangkauan pemasaran yang terbatas dan sistem pemasaran yang kurang efektif membuat pemilik usaha kesulitan mendapatkan pelanggan baru. Dalam persaingan dengan usaha serupa di sekitarnya, UMKM Alkabes tampak kurang mampu bersaing karena kurangnya promosi yang efektif dan kesulitan dalam menjangkau pelanggan baru.

Pengabdian ini dimaksudkan untuk mengoptimalkan teknologi yang sudah diterapkan oleh pemilik usaha dan menambahkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan penjualan dan daya saing pada UMKM Alkabes dengan melakukan pelatihan mengenai pengelolaan Google Business Profile, mendaftarkan UMKM Alkabes pada *e-commerce*, strategi promosi menggunakan media sosial Instagram, dan pemanfaatan Canva untuk membuat konten promosi yang menarik. Diharapkan pengabdian ini dapat mendorong bisnis serta menyempurnakan penggunaan teknologi dalam UMKM Alkabes sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi pemilik usaha dan menarik minat pelanggan.

3. Metode

Pengabdian ini dilakukan dengan mendaftarkan akun *e-commerce* (ShopeeFood) dan memberikan pelatihan penggunaan *e-commerce*, melakukan pelatihan pengelolaan Google Business Profile, memberikan panduan promosi menggunakan media sosial Instagram, dan memberikan pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva kepada pemilik UMKM Alkabes. Pelatihan ini dilakukan secara *offline* di Alkabes oleh penulis. Penulis merupakan mahasiswa dan dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan disiplin ilmu yang sama, yaitu Sistem Informasi. Tabel 1 dan Tabel 2 menjelaskan tahapan, luaran, dan *timeline* dari pengabdian ini. Adapun isi Tabel 1 dan Tabel 2 tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan kegiatan pengabdian

No	Kegiatan	Luaran
Tahap Persiapan		
1	Observasi	Pengetahuan tentang situasi dan kondisi di UMKM Alkabes untuk menentukan kebutuhan
2	Pembuatan Materi untuk Pelatihan	Materi yang akan diberikan pada saat pelatihan
Tahap Pelaksanaan		
3	Pengabdian Hari Pertama	Akun <i>e-commerce</i> Shopee untuk UMKM Alkabes, Instagram, dan cara penggunaan Canva sebagai media pembuatan konten promosi
4	Pengabdian Hari Kedua	Pengetahuan cara penggunaan <i>e-commerce</i> ShopeeFood dan pengetahuan tentang cara pengoptimalan Google Business Profile yang ada
Tahap Pelaporan		
5	Penyusunan Laporan	Laporan Pengabdian pada Masyarakat
6	Pembuatan Artikel untuk Publikasi	Artikel Jurnal

Tabel 2. Timeline Pelaksanaan

No	Kegiatan	Tanggal dan Waktu	Luaran
Hari Pertama			
1	Pendaftaran akun <i>e-commerce</i>	Senin 25 Maret 2024, pukul 15:50 WIB	Akun <i>e-commerce</i> Shopee untuk UMKM Alkabes
2	Pelatihan penggunaan media sosial Instagram	Senin 25 Maret 2024, pukul 17:00 WIB	Akun Instagram UMKM Alkabes, pengetahuan tentang cara penggunaan Instagram dan cara pemasaran produk
3	Pelatihan pembuatan konten menggunakan Canva	Senin 25 Maret 2024, pukul 18:00 WIB	Pengetahuan cara penggunaan Canva sebagai media pembuatan konten promosi

No	Kegiatan	Tanggal dan Waktu	Luaran
4	Hari Kedua Pelatihan pengelolaan dan optimalisasi Google Business	Rabu, 17 April 2024, pukul 15:30 WIB Rabu, 17 April 2024, pukul 17:00 WIB	Pengetahuan tentang cara pengelolaan Google Business Profile Pengetahuan cara penggunaan <i>e-commerce</i> ShopeeFood
5	Pelatihan penggunaan <i>e-commerce</i>		

Pelatihan ini dilaksanakan dalam 2 hari, yaitu pada hari Senin, 25 Maret 2024 dan Rabu, 17 April 2024.

3.1 Pelatihan Hari Pertama

Pelatihan pada hari pertama mencakup pendaftaran akun *e-commerce*, pelatihan penggunaan media sosial Instagram, dan pelatihan pembuatan konten menggunakan aplikasi Canva. Pendaftaran akun *e-commerce* dilakukan dengan mendaftarkan akun *merchant* Shopee Warung Alkabes menggunakan email Alkabes. Dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan media sosial Instagram. Metode pelatihan ini dilakukan dengan pembuatan akun Instagram Warung Alkabes, melakukan pembaharuan *story* dengan poster yang sudah disediakan, dan mengunggah *feeds* Instagram. Pelatihan dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan konten. Metode pelatihan ini dilakukan dengan pembuatan poster menu untuk *feeds* Instagram dan mengunduh poster yang telah dibuat.

3.2 Pelatihan Hari Kedua

Pelatihan pada hari kedua mencakup Pelatihan Pengelolaan dan Optimalisasi Google Business dan Pelatihan Penggunaan *e-commerce*. Pelatihan Google Business dilakukan dengan masuk ke akun Google Business yang sudah ada dan melakukan pembaharuan mengenai lokasi, jam operasional, serta metode pembayaran. Pelatihan penggunaan *e-commerce* dilakukan setelah pendaftaran akun diterima. Praktik penggunaan *e-commerce* dilakukan dengan penambahan menu, pengeditan menu, pembukaan dan penutupan warung makan, pengaturan jam operasional toko, dan fitur-fitur lainnya.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Pelaksanaan Pengabdian Hari Pertama

Pada hari pertama tim melaksanakan pengabdian di Warung Makan Alkabes. Pengabdian dibagi menjadi 3 sesi yaitu penyampaian materi mengenai penggunaan canva, penggunaan dan pendaftaran akun Instagram, dan pendaftaran akun *e-commerce* (ShopeeFood).

4.1.1 Pelatihan Penggunaan Konten Menggunakan Canva

Penyampaian materi mengenai aplikasi dan cara penggunaan Canva dilaksanakan pada Senin, 25 Maret 2024 pukul 15.50 WIB. Dimulai dengan penjelasan mengenai aplikasi Canva dan fitur-fitur yang terdapat di Canva. Penjelasan ini dihadiri oleh 2 orang, yaitu Ibu Fransiska (49 tahun) yang merupakan pemilik dari warung makan Alkabes dan Saudari Lovina (24 tahun) sebagai pengelola di warung makan Alkabes. Selanjutnya, tim menunjukkan cara untuk pembuatan konten dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di Canva seperti fitur mengunggah foto, fitur templat desain, fitur teks, fitur elemen, serta cara mengunduh desain. Fitur templat desain digunakan untuk mencari templat yang ada di aplikasi Canva sehingga pengguna dapat memilih templat secara bebas untuk pembuatan kontennya. Sebelumnya, tim telah membuatkan templat desain yang dapat digunakan dalam pembuatan konten media sosial Instagram Warung Makan Alkabes. Pada saat pelatihan Canva, tidak ada kendala yang signifikan dikarenakan Saudari Lovina sudah terlebih dahulu memiliki pengetahuan dasar mengenai aplikasi Canva sehingga tim lebih mudah untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai detail fitur-fitur di Canva. Setelah pelatihan, Ibu Fransiska

dan Saudari Lovina mempraktikkan pembuatan poster menggunakan aplikasi Canva secara mandiri yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Penyampaian Materi Canva

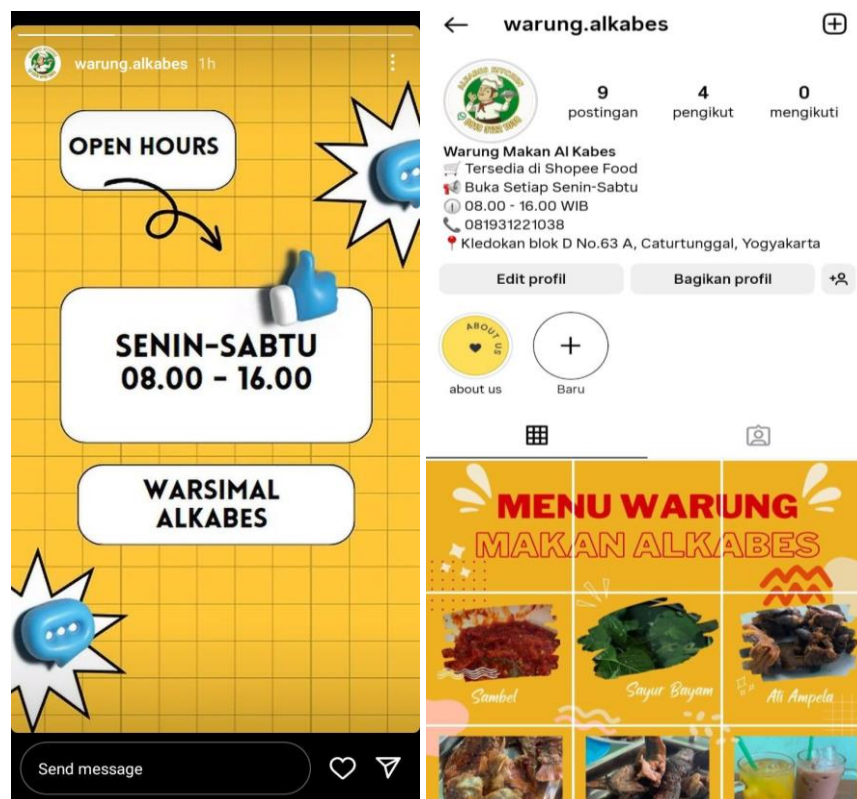
4.1.2 Pelatihan Pengelolaan dan pendaftaran akun Media Sosial Instagram



Gambar 2. Penyampaian Materi Instagram

Pada Gambar 2 tim pengabdian melakukan pelatihan pengelolaan dan pendaftaran akun media sosial Instagram dilaksanakan pada Senin, 25 Maret 2024 pukul 17.00 WIB. Kegiatan dimulai dengan proses pembuatan akun media sosial Instagram resmi untuk Warung Makan Alkabes. Setelah berhasil membuat akun, pelatihan dilanjutkan dengan fokus pada penggunaan dan pengelolaan media sosial Instagram. Tim

pengabdian memberikan panduan langkah demi langkah dalam mengatur profil akun Instagram, termasuk pengeditan logo untuk foto profil akun agar terlihat menarik dan merepresentasikan identitas Warung Makan Alkabes dengan baik. Tim juga membantu dalam mengatur biodata Instagram agar memberikan informasi yang jelas dan menarik bagi pengunjung profil. Selanjutnya, Ibu Fransiska dan Saudari Lovina mencoba untuk mengunggah konten yang telah dipersiapkan sebelumnya menggunakan aplikasi Canva. Konten tersebut berisi desain menu yang tersedia dan dijual di Warung Makan Alkabes. Proses pengunggahan ini mencakup baik konten *feeds* maupun *story* di Instagram. Selain itu, tim pengabdian memberikan penjelasan mendalam tentang cara efektif mengunggah *story* di media sosial Instagram dan konten-konten yang dapat dibagikan kepada pembeli. Tim menjelaskan berbagai fitur dan teknik yang dapat digunakan untuk membuat *story* yang menarik dan interaktif bagi pengikut akun Instagram Warung Makan Alkabes. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang penggunaan dan pengelolaan media sosial Instagram, serta meningkatkan keterampilan dalam mempromosikan dan mengelola konten digital untuk usaha Warung Makan Alkabes. Hasil unggahan dari Instagram *feeds* dan *story* dapat dilihat pada Gambar 3.

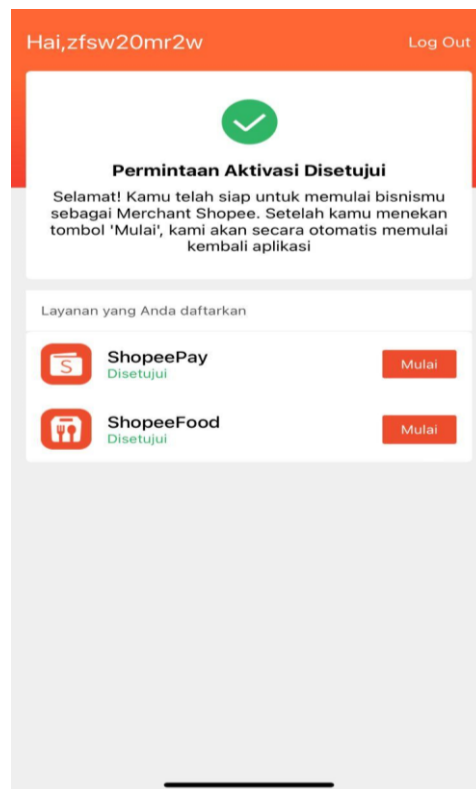


Gambar 3. Hasil Konten Instagram

Terdapat beberapa kendala pada saat pembuatan akun Instagram dimana saat tim mencoba untuk menambahkan informasi mengenai Warung Makan Alkabes di biodata Instagram, akun Instagram yang sudah berhasil dibuat tiba-tiba di-banned oleh pihak Instagram dan. Tim mencoba untuk mengembalikan akun yang di-banned tersebut tetapi nomor telepon yang digunakan untuk mendaftarkan akun Instagram Alkabes tersebut ternyata sudah tidak aktif lagi, sehingga akun yang di-banned tidak dapat dikembalikan lagi. Meskipun mengalami kendala, tim mencoba membantu mengatasi permasalahan ini dengan alternatif berupa membuat akun baru dan menambahkan informasi mengenai Warung Makan Alkabes.

4.1.3 Pendaftaran akun e-commerce Shopee

Pendaftaran akun *e-commerce* Shopee dilaksanakan pada Senin, 25 Maret 2024 pukul 18.00 WIB. Dimulai dengan melakukan wawancara pada pemilik yaitu Ibu Fransiska mengenai menu yang tersedia, kesiapan dan kebutuhan mengenai penggunaan aplikasi ShopeeFood. Selanjutnya, Tim melakukan dokumentasi menu-menu makanan yang tersedia di Warung Makan Alkabes. Dilanjutkan pada pukul 18.30 WIB dengan mengunduh aplikasi Shopee Partner yang digunakan *merchant* untuk mengelola akun ShopeeFood. Kemudian, Tim membantu dalam mengisi formulir kebutuhan pendaftaran ShopeeFood berupa informasi *merchant*, informasi toko, pilihan layanan, verifikasi kartu identitas, verifikasi wajah, informasi rekening bank, dan konfirmasi pendaftaran. Setelah berhasil mengisi formulir, diperlukan waktu tunggu 3-5 hari kerja dan paling lambat 14 hari kerja. Terdapat kendala pada saat pendaftaran akun ShopeeFood. Pada hari ke-5, tim pengabdian mendapatkan notifikasi dari Shopee bahwa pendaftaran tidak berhasil dikarenakan ada beberapa informasi yang kurang tepat dan tidak diterima oleh pihak Shopee, yaitu alamat toko dan nama toko yang tidak sesuai dengan foto *banner* yang diunggah. Meskipun mengalami kendala pada awalnya, akun Shopee Alkabes berhasil diterima pada hari ketiga setelah dilakukan pembaharuan data yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendaftaran Akun ShopeeFood

4.2 Pelaksanaan Pengabdian Hari Kedua

Pada hari kedua tim akan melaksanakan pengabdian lanjutan dari hari sebelumnya. Pengabdian dibagi menjadi 2 sesi yaitu pelatihan pengelolaan dan optimalisasi Google Business dan pelatihan penggunaan *e-commerce* (ShopeeFood).

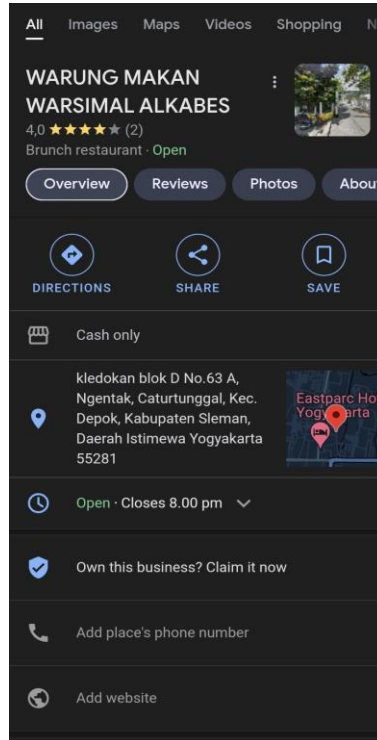
4.2.1 Pelatihan Pengelolaan dan Optimalisasi Google Business Profile



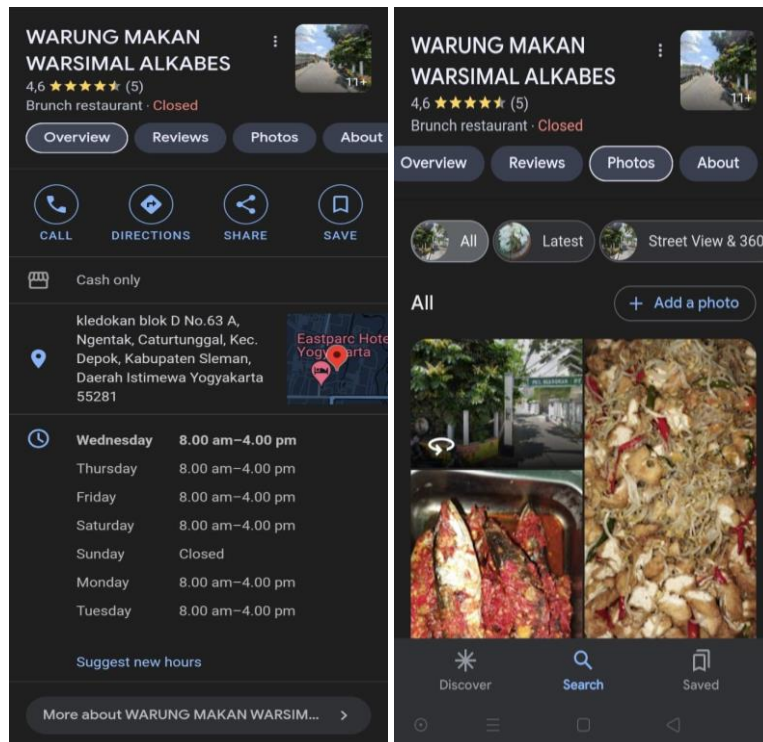
Gambar 5. Pelatihan Penggunaan Google Business Profile

Pada Gambar 5 tim melakukan pelatihan pengelolaan Google Business dilaksanakan pada hari Rabu, 17 April 2021 pukul 15.30 WIB. Sebelumnya pemilik usaha telah memiliki Google Business yang dapat dilihat pada Gambar 6 bahwa Google Business yang dimiliki belum dioptimalkan dengan baik sehingga pelatihan langsung dimulai dengan menjelaskan tahapan pengoptimalisasian Google Business terhadap Warung Makan Alkabes. Pertama, pemilik usaha menyiapkan akun Google Business dan beberapa data yang dibutuhkan. Selanjutnya Tim memandu pemilik warung untuk memperbaharui dan melengkapi informasi dasar agar lebih relevan dengan kondisi terkini. Informasi yang diperlukan untuk diperbaharui mencakup jam operasional yang tepat, galeri foto makanan yang menarik, pilihan opsi pembayaran yang tersedia, deskripsi usaha yang menggambarkan keunggulan dan kualitas produk, serta tautan ke akun media sosial dan lainnya. Setelah berhasil mengumpulkan dan memperbaharui informasi, proses selanjutnya adalah pengiriman data untuk diproses dan diverifikasi oleh tim Google. Proses verifikasi ini biasanya memakan waktu 1-5 hari kerja sebelum informasi yang telah diperbaharui dapat tersedia secara publik di Google Business dan hasil dari pelatihan yang dilakukan tim dapat dilihat pada Gambar 7 tampilan Google Business Profile dari UMKM Warung Makan Alkabes.

Selama pelatihan pada hari kedua berlangsung, tim mengalami kendala di mana pemilik usaha lupa akun yang digunakan untuk mendaftarkan Google Business Profile usahanya. Oleh karena itu, tim memberikan bantuan dengan mengajukan permohonan verifikasi ulang agar profil bisnis Alkabes dapat dikelola menggunakan akun yang berbeda dari sebelumnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang ditampilkan di Google Business tetap akurat dan terkini, serta mempermudah proses pengelolaan bisnis secara efisien kedepannya.



Gambar 6. Sebelum Pengoptimalan Google Business Profile



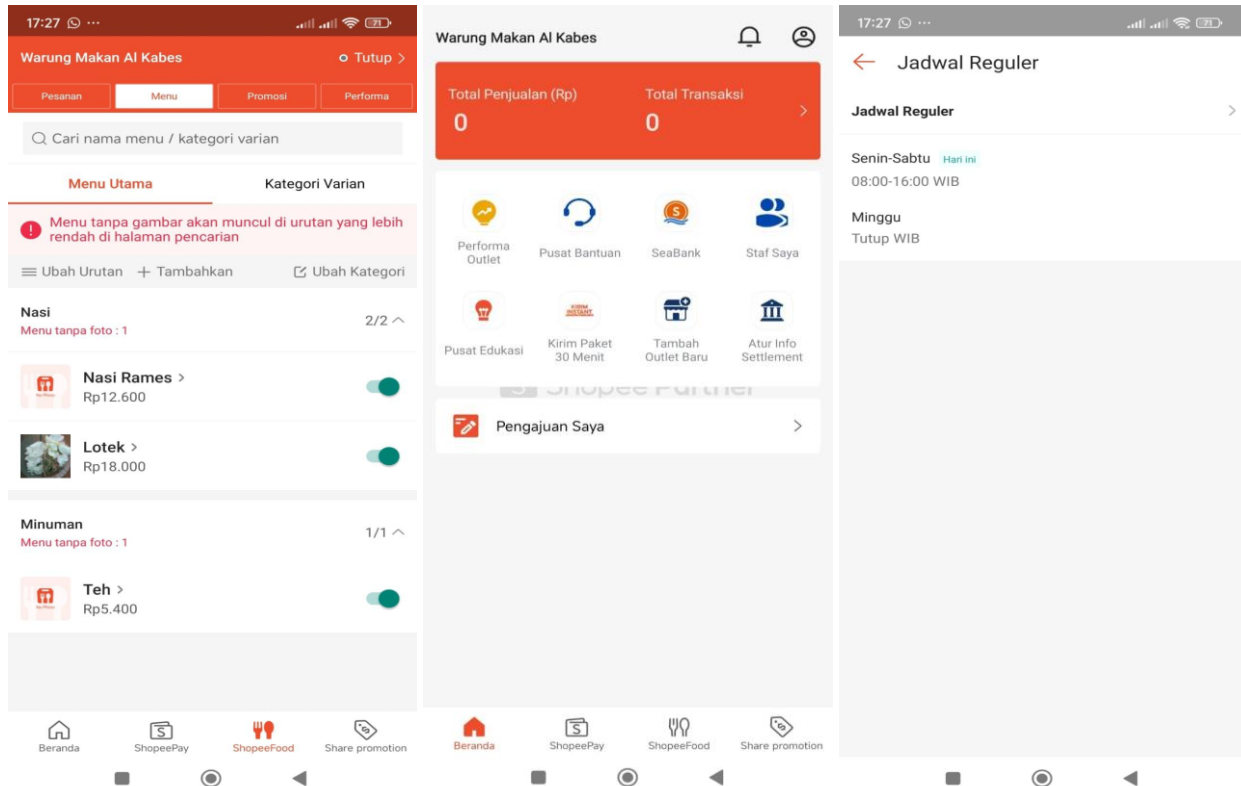
Gambar 7. Setelah Pengoptimalan Google Business Profile

4.2.2 Pelatihan Penggunaan E-commerce

Pelatihan pengelolaan *e-commerce*, khususnya platform Shopee Partner yang digunakan untuk mengelola ShopeeFood, dilaksanakan pada hari Rabu, 17 April 2021, pukul 16.30 WIB. Pada Gambar 8 dijelaskan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan memulai langkah-langkah praktis, seperti menambahkan menu makanan dan menyesuaikan harga di aplikasi ShopeeFood untuk Warung Makan Alkabes. Penyesuaian harga ini penting karena harus memperhitungkan ketentuan pajak yang berlaku dari pihak aplikasi. Sebagai contoh, ShopeeFood memberlakukan pajak sebesar 20% per item, sehingga harga yang ditampilkan kepada konsumen harus disesuaikan dengan ketentuan ini. Hasil dari implementasi ShopeeFood dapat dilihat pada Gambar 9. Selanjutnya, tim pengabdian fokus pada pelatihan dalam menggunakan aplikasi Shopee Partner secara efektif. Materi pelatihan mencakup berbagai aspek, seperti penambahan menu baru, pengeditan menu yang sudah ada, proses pembukaan dan penutupan warung makan di platform, pengaturan jam operasional toko, serta pemahaman terhadap fitur-fitur lain yang disediakan. Pada hari pelatihan penggunaan *e-commerce* tersebut, tidak terjadi kendala yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh pemahaman yang kuat dari Saudari Lovina terhadap teknologi yang digunakan. Karena itu, proses pelatihan berlangsung dengan lancar dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Kesigapan dan pemahaman yang dimiliki oleh Saudari Lovina dalam mengikuti pelatihan tersebut menjadi nilai tambah yang mempermudah implementasi strategi *e-commerce* di Warung Makan Alkabes.



Gambar 8. Pelatihan Penggunaan ShopeeFood



Gambar 9. Implementasi ShopeeFood

5. Kesimpulan

Optimalisasi teknologi informasi pada UMKM membawa keuntungan dan dampak yang signifikan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing pada Warung Makan Alkabes. Hasil yang diperoleh dari pengabdian berupa meluasnya jangkauan pasar dan pembaharuan informasi. Mitra usaha mendapatkan pemahaman mengenai teknologi berupa Google Business Profile, kemampuan membuat desain dari canva untuk menarik konsumen, kemampuan untuk mengelola media sosial Instagram, dan pengoperasian dan pengelolaan *e-commerce* ShopeeFood. Pengabdian ini menghasilkan akun instagram @warung.alkabes untuk media promosi dari penjualan warung makan alkabes yang didukung dengan pembuatan konten menggunakan Canva. Dengan adanya akun media sosial yang sudah dibuat, diharapkan dapat berperan dalam memperkenalkan Warung Makan Alkabes dengan lebih efektif dan meningkatkan cakupan serta jangkauan konsumen menjadi lebih luas. Selain itu, pengabdian ini menghasilkan akun di ShopeeFood dengan nama “Warung Makan Al Kabes” untuk mendukung penjualan pada warung makan alkabes. Pengabdian ini juga melakukan optimalisasi dengan memperbaharui google business dari warung makan alkabes yang sudah ada. Keterbatasan pada pengabdian ini ada pada waktu dalam verifikasi akun ShopeeFood serta pembaharuan informasi di Google Business Profile.

Setelah kegiatan ini, direncanakan adanya kegiatan pemantauan dan evaluasi berkala untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan pengoptimalisasian teknologi informasi yang telah dilakukan. Pemantauan akan dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan untuk mengukur dampak dan efektivitas dari kegiatan pengabdian ini serta untuk memberikan pendampingan lebih lanjut jika diperlukan. Kegiatan lanjutan ini diharapkan dapat membantu Warung Makan Alkabes terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mempertahankan daya saing dari UMKM.

6. Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada Bu Elisabeth Marsella, S.S., M.Li. sebagai Dosen Pengampu mata kuliah Teknologi Informasi untuk Masyarakat, Bu Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng. sebagai Dosen

Pembimbing yang sudah memberikan bimbingan dalam pengabdian dan penulisan jurnal, serta Ibu Fransiska dan Saudari Lovina yang telah bersedia menjadi peserta pelatihan pengabdian ini.

7. Referensi

- [1] S. H. Permana, "Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia," *Aspir. J. Masal. Sos.*, vol. 8, no. 1, pp. 93–103, 2017, doi: 10.46807/aspirasi.v8i1.1257.
- [2] A. Gregorius Rio and E. Pitaloka, "Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia," *Semin. Nas. Terap. Ris. Inov. Ke-6*, vol. 6, no. 2, pp. 139–146, 2020.
- [3] S. Riyoko and B. Lofian, "Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Jepara," *E-Mabis J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 21, no. 2, pp. 113–120, 2021, doi: 10.29103/e-mabis.v21i2.482.
- [4] D. Supriatna, E. Candra, I. Adinugroho, M. A. Nasution, and N. Yanti, "Pengaruh Kinerja UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sukabumi," *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 02, pp. 43–53, 2023, doi: 10.58812/sek.v1i02.88.
- [5] Y. Iriani, A. Rahmana, R. R. Margana, "Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Melalui Teknologi Informasi dan Standarisasi Produk Pasca Pandemi Covid-19," *SITEKIN J. Sains*, vol. 20, no. 1, pp. 183–189, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/19358>.
- [6] D. S. Fuadi, A. S. Akhyadi, and I. Saripah, "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial," *Diklus J. Pendidik. Luar Sekol.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–13, 2021, doi: 10.21831/diklus.v5i1.37122.
- [7] D. Jenderal et al., "Inovasi Pemasaran Produk UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing," *J. Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, vol. 4, no. 1, pp. 418–432, 2021. [Online]. Available: <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- [8] B. Harto, P. Pramuditha, A. Y. Rukmana, H. Sofyan, H. Rengganawati, A. Dwijayanti, and T. Sumarni, "Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung," *Komversal*, vol. 5, no. 2, pp. 244–261, 2023, doi: 10.38204/komversal.v5i2.1499.
- [9] B. L. Paramita et al., "Potensi sentra olahan ubi kayu dan mitigasi bencana di Desa Kranggan, Galur, Kulon Progo," *J. Atma Inovasia*, vol. 2, no. 4, pp. 440–444, 2022, doi: 10.24002/jai.v2i4.5228.
- [10] Z. P. Utomo et al., "Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Pada Kedai Joglo Bolo Seno," *GIAT Teknol. untuk Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 47–56, 2023, doi: 10.24002/giat.v2i1.7187.
- [11] H. N. Az-zahra, V. A. Tantya, and N. C. Apsari, "Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro," *J. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, p. 156, 2021, doi: 10.24198/jppm.v2i2.33513.
- [12] N. Yuliani and D. Novita, "Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkaing Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur)," *Ikraith-Abdimas*, vol. 5, no. 1, pp. 146–157, 2019. [Online]. Available: https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23413-11_2333.pdf.
- [13] G. A. Manu and D. Fallo, "Implementasi Google My Business (GMB) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang Dan Sekitarnya," *J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 8–15, 2019, doi: 10.37792/jukanti.v2i2.69.
- [14] R. Pasaribu, "Analisis Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Medan," *J. Econ. Bus.*, vol. 2, no. 1, pp. 50–60, 2021, doi: 10.36655/jeb.v2i1.495.
- [15] R. T. Saerang, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM (Food & Beverage) Di Kota Manado," *J. EMBA*, vol. 8, no. 4, pp. 1172–1181, 2020.