

# Pelatihan Dan Implementasi Website Pos Pada UMKM Warung Bu Guru Di Tembilahan

**Khusnul Khotimah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan ilmu komputer, Universitas islam indragiri  
e-mail: [khusnul0327@gmail.com](mailto:khusnul0327@gmail.com)<sup>1</sup>

## Abstrak

Warung bu guru adalah warung yang menjual makanan dan produk HNI. Warung ini terletak di daerah tembilahan. Proses interaksi penjualannya bisa dilakukan secara online melalui media sosial dan offline melalui warung fisik. Seiring perkembangan waktu pemilik warung ingin melakukan peningkatan penjualannya tapi terbatas pada media yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dan melayani para pelanggannya. Media Sosial yang saat ini dimanfaatkan untuk mempromosikan makanan. Metode yang digunakan dalam pembuatan Website Pos ini menggunakan metode observasi dan wawancara dan implementasi sistem menggunakan wordperss . Untuk menyelesaikan masalah tersebut dibutuhkan sistem website pos sebagai solusi untuk permasalahan yang ada di Business Model Canvas (BMC) untuk memvisualisasikan proses bisnis pada warung bu guru agar dapat menghasilkan kinerja yang lebih maksimal. Penulis berharap dengan adanya sistem website pos pada warung bu guru dapat membantu mengatasi permasalahan yang terjadi pada warung bu guru.

**Kata kunci:** wordpress, website, observasi, bisnis

## Abstract

Warung Bu Guru is a stall that sells HNI food and products. This stall is located in the Tembilahan area. The sales interaction process can be done online via social media and offline via physical shops. Over time, shop owners want to increase their sales but are limited in the media that can be used to promote their products and serve their customers. Social media is currently used to promote food. The method used in creating this Postal Website uses observation and interview methods and the system implementation uses WordPress. To solve this problem, a postal website system is needed as a solution to existing problems in the Business Model Canvas (BMC) to visualize business processes at Bu Guru's shop in order to produce maximum performance. The author hopes that the existence of a website postal system at the teacher's shop can help overcome the problems that occur at the teacher's shop.

**Keywords:** WordPress, website, observation, business

## 1. PENDAHULUAN

Warung bu guru adalah warung makanan yang menyediakan berbagai macam makanann dan minuman seperti mie goreng, lontong sayur, pop ice, gorengan dan makanan lainnya. Warung bu guru adalah salah satu bisnis makanan di Tembilahan yang beralamat di Prumnas Ptr 3 Jalan Utma. Warung bu guru berdiri sejak tahun 2020 dan tidak memiliki pegawai. Meskipun saat ini warung sudah melakukan promosi melalui social media namun dirasa kurang atau bahkan tidak berdampak sama sekali terhadap penjualannya. Untuk mengatasi masalah tersebut kami akan mengembangkan dan mengimplementasikan sebuah sistem informasi penjualan atau website untuk membantu penjualan makanan. Website ini dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM karena dapat meningkatkan ruang lingkup penjualan produk dan mempermudah dengan mempercepat proses bisnis yang sedang berjalan. Website pos dapat menambah peluang bagi UMKM dan meningkatkan daya saing UMKM tersebut sehingga sangat dibutuhkan untuk menghadapi pasar global agar memperoleh hasil yang lebih optimal.[1]

Informasi sebuah produk yang diberikan merupakan salah satu strategi dari beberapa hal yang lain yang menampilkan presentasi yang mendukung promosi sebuah produk. Memberikan pelayananan percakapan berbasis online dengan pengusaha, mempunyai berbagai media pembayaran dan alat transaksi, adanya bantuan dan layanan konsumen berbasis online, adanya opini online yang merupakan testimonial dari konsumen, adanya catatan pengunjung, memberikan penawaran khusus, sajian informasi terbaru melalui SMS-blog dan memudahkan

pencarian produk, memberikan kemampuan terciptanya visi atas merek dan mengidentifikasi hal-hal yang membuat pelanggan baru tertarik dengan produk, memperkuat citra merek yang dapat diterima oleh para konsumen.[2] Penelitian ini bertujuan Memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dengan pemilik warung bu guru tembilahan dan memudahkan pelanggan untuk lebih mengenal tentang produk yang dipasarkan oleh warung bu guru Membuatkan website pos sebagai media untuk belanja online dan testimoni/review dari pelanggan lain yang sudah belanja untuk meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap warung bu guru Membantu untuk memperluas ruang lingkup bisnis, dan promosi warung bu guru. [3]

## 2. METODE

### Tempat Pengabdian

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di Toko Macro Distro Tembilahan. Toko ini beralamat di Jalan Ponerogo no 108, Tembilahan, Indragiri Hilir, Riau. Pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2022. Pada pengabdian ini menggunakan beberapa tahapan yaitu :

#### 1. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam menyelesaikan pengabdian ini, antara lain : Pertama: Wawancara (Interview), merupakan suatu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau dialog secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan pengabdian yang dilakukan. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab kepada pemilik Toko Macro Distro, Kedua. Pengamatan (Observation), yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tinjauan secara langsung ke objek yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang bersifat nyata dan meyakinkan maka penulis melakukan pengamatan langsung pada Toko Macro Distro. Ketiga. Studi Pustaka. Untuk mendapatkan data-data yang bersifat teoritis maka penulis melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, makalah atau pun referensi lain yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.[4]



Gambar 2.1 Wawancara dengan pihak pemilik warung

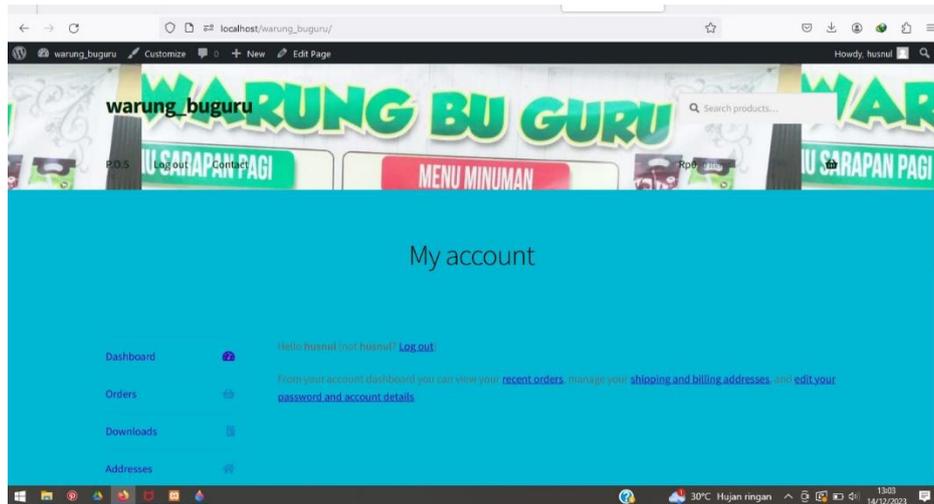
2. Analisa, Pada tahap analisa kami menganalisa hal apa saja yang dibutuhkan
3. Pengembangan, Pada tahap pengembangan aplikasi akan dikembangkan berdasarkan analisa yang telah dibuat sebelumnya
4. Pengujian dan implementasi, Pada tahap ini kami melakukan testing aplikasi dan setelah lulus testing aplikasi akan diimplementasikan di toko Macro distros

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan menggunakan website pos untuk menjangkau hal pembelian ke konsumen dengan memanfaatkan web.[5] Pada website terdapat menu yang akan di tampilkan pada website tersebut yaitu : menu dasbor, detail Product, Keranjang Belanja, Contact.[6]

#### Menu Dashboard

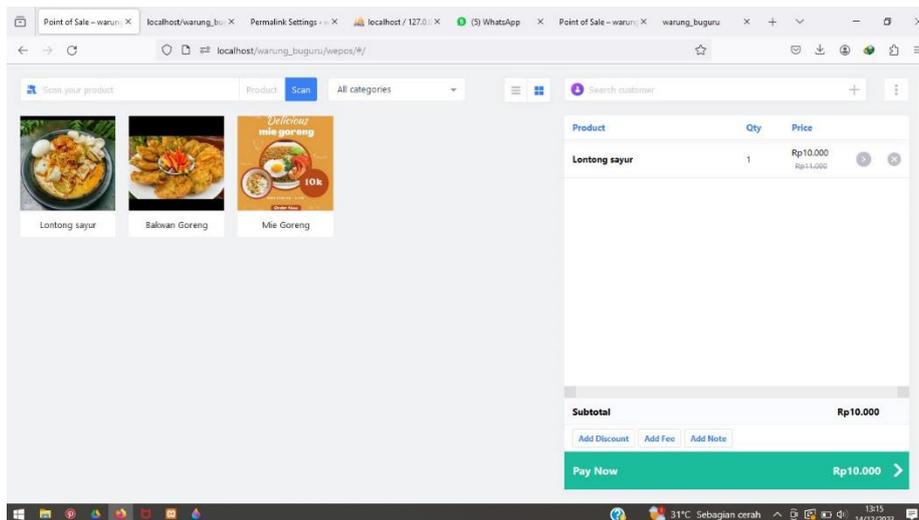
Dashboard merupakan halaman yang menampilkan kategori produk yang tersedia. Pengguna dapat mencari produk berdasarkan kategori produk yang tersedia.



Gambar 1. Tampilan dashboard

#### Keranjang belanja

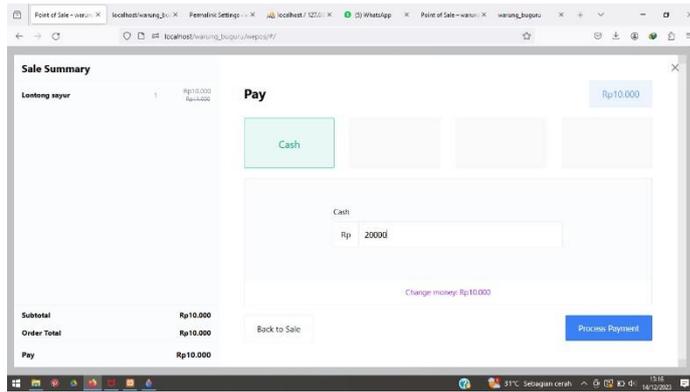
Keranjang belanja adalah menu untuk menampilkan informasi deskripsi lebih detail dari produk yang dijual. Dari sini pengguna dapat langsung membeli produk tersebut dengan mengklik P.O.S.



Gambar 3.2 Detail produk

#### Detail Pembayaran

Detail pembayaran adalah dimana daftar melihat pembayaran yang telah dilakukan dalam transaksi tersebut.

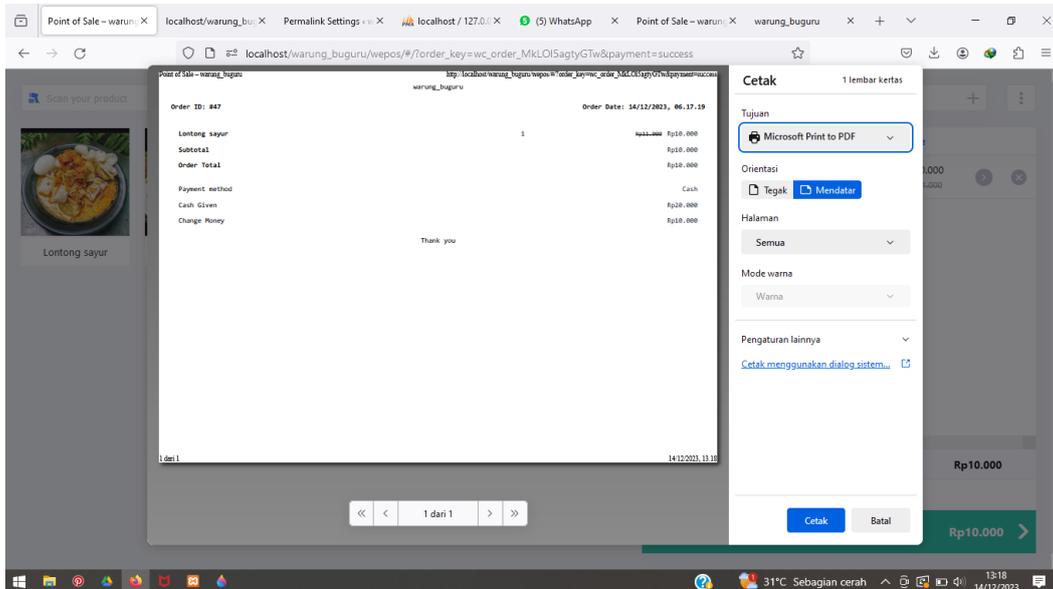


Gambar3.3

detail pembayaran

**Bukti hasil pembayaran**

Bukti hasil pembayaran adalah dokumen atau rekaman yang menunjukkan bahwa suatu transaksi pembayaran telah berhasil dilakukan. Bukti pembayaran biasanya berupa struk, kwitansi, atau konfirmasi pembayaran elektronik. Tujuan utamanya adalah memberikan bukti tangibel bahwa suatu kewajiban keuangan telah dipenuhi dan transaksi tersebut telah selesai.



Gambar 3.4 bukti hasil pembayaran

**Menu Contact**

Menu Contact seringkali diakses untuk pertanyaan, kerjasama bisnis, atau tujuan komunikasi lainnya. Jika Anda memiliki kontak spesifik yang ingin Anda ketahui lebih lanjut, beri tahu saya, dan saya akan mencoba membantu sejauh yang saya bisa.



Gambar 3.5 Menu Contact

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan di warung bu guru, penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu :

1. warung bu guru telah menjalankan usaha nya memerlukan dukungan implementasi teknologi informasi berbasis komputer untuk mengembangkan usaha secara keseluruhan .
2. Dengan adanya aplikasi penjualan yang telah kami buat dapat mempermudah proses penjualan dan dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi.

Saran yang dapat kami berikan adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya aplikasi penjurualan ini penulis berharap sistem yang telah dibuat dilakukan perawatan pada program tersebut, agar program dapat berjalan dengan baik
2. Sebaiknya program yang telah dibuat agar lebih dikembangkan lagi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari tim pengabdian memohon maaf atas segala kekurangan atas jurnal yang kami buat dan kami berterimakasih atas segala bantuan dari semua pihak atas data dan informasi yang kami peroleh untuk pembuatan jurnal ini.

#### DAFTAR PUSTAK

- [1] M. Jibril, M. Amin, E. Pirnanda, and ..., "Pelatihan dan Implementasi Website E-Commerce sebagai media pemasaran pada UMKM Toko Macro Distro di Tembilahan," *J. ...*, vol. 1, no. 1, pp. 3–7, 2022, doi: 10.56854/jphb.v1i1.38.
- [2] I. D. Ayu, A. Tantri, K. Martina, D. Putri, and I. P. Arya, "Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit," *J. Pendidik. ...*, vol. 12, no. 2, pp. 263–275, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/29305>
- [3] P. M. Effendi, D. S. J. Wade, I. P. Muwachid, G. A. Pradana, and A. F. Aminulloh, "Pelatihan Implementasi Aplikasi Penjualan Berbasis Website Pada UMKM Toko Harova," *J. Abdimas Prakasa Dakara*, vol. 2, no. 1, pp. 34–42, 2022, doi: 10.37640/japd.v2i1.1374.
- [4] V. A. Mikola and Samsinar, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Content

- 
- Management System pada Clevhoshop Jogja dengan Business Model Canvas," *JMIKJ. Mhs. Ilmu Komput.*, vol. 4, no. 1, pp. 10–19, 2023.
- [5] Y. S. Samuel, R. P. Juliansyach, and L. Cinthya, "Implementasi Strategi Digital Marketing melalui Social-Media untuk Meningkatkan Kinerja pada UMKM Kole-Koleh Anggraini di Kota Batam," *SEIKO J. Manag. Bus.*, vol. 6, no. 1, pp. 370–384, 2023.
- [6] Ni Komang Sri Julyantari, I. G. A. V. Purnama, I. G. N. N. Bagiarta, P. P. G. P. Pertama, and M. Liandana, "Implementasi Website untuk Media Pemasaran Online dan Perbaikan Kemasan Produk," *Abdifomatika J. Pengabdi. Masy. Inform.*, vol. 1, no. 1, pp. 26–33, 2021, doi: 10.25008/abdifomatika.v1i1.134.