

Using Digital Technology to Improve Marketing of “NAC Snack & Catering” in Gayam Village

^{a*}**Theo Krisna Amarya, ^aYosan Okta Odhianto, ^aMustofa Ilmi, ^aRegi Cendika Pratama, ^aSofia Natalia, ^aNanda Fasinka Zalzabila, ^aIntan Putri Nur’aini, ^aRiko Andriawan, ^aGilang Dwi Cahyo, ^aBima Fajar Prastowo, ^aLaurenza Aprilya Melati, ^aDanuar Aditya Anardha, ^aMayo Alvarosy Chrisnatae, ^aHargo Dwi Nugroho, ^aDilla Regita Novila Elistia**

^a*Universitas Nusantara PGRI Kediri*

Abstrak—Teknologi digital meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Bisnis katering "NAC Snack" di Kelurahan Gayam menghadapi kendala dalam pemasaran konvensional yang menghalangi pertumbuhannya. Untuk menyelesaikan masalah ini, KKNT Kelompok 22 UN PGRI Kediri membuat program pengabdian masyarakat dengan membuat situs web sebagai alat pemasaran digital. Identifikasi kebutuhan bisnis, desain, implementasi, dan pengujian adalah bagian dari aktivitas ini, serta pelatihan pemilik dan karyawan perusahaan tentang penggunaan situs web. Sehingga "NAC Snack" akan menjadi lebih dikenal, lebih dikenal, dan lebih banyak menjual dengan adanya platform online ini. Selain itu, upaya ini sejalan dengan tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UMKM).

Kata Kunci— Industri Kecil dan Menengah (UMKM); Pemasaran Online; Situs Web; Teknologi Digital; Transformasi Digital.

Abstract— *Digital technology plays an important role in improving the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). “NAC Snack”, a catering business in Gayam Village, faced obstacles in conventional marketing that hindered its business growth. To overcome this problem, the KKNT Group 22 team of Universitas Nusantara PGRI Kediri conducted a community service program by designing and implementing a website as a digital marketing medium. This activity includes identification of business needs, design, implementation, testing, and training on website usage for business owners and employees. With this digital platform, it is expected that “NAC Snack” can increase its visibility, reach a wider market, and increase sales. In addition, this initiative is in line with the Sustainable Development Goals (SDGs) in supporting economic growth through empowering MSMEs.*

Keywords— *Digital Transformation; Digital Technology; MSMEs; Online Marketing; Website,*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Theo Krisna Amarya,
Sistem Informasi,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: areliyakrisna@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Teknologi digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern dengan berbagai perangkat lunaknya yang memfasilitasi komunikasi instan dan transaksi bisnis yang efisien (Satria et al., 2025). Dalam era teknologi digital yang terus berkembang ini memberikan peluang besar bagi KUMKM untuk bersaing dan memperluas jangkauan bisnis mereka di Indonesia yang merupakan pilar ekonominya (Bukit, A.S, Irvan, & Fahmi, 2019). Namun sayangnya banyak pemilik KUMKM masih menghadapi kendala dalam mengadopsikan teknologi digital akibat minimnya pengetahuan dan keterampilan serta keterbatasan sumber daya yang mereka miliki.

Bisnis catering “*NAC Snack*” yang terletak di Kelurahan Gayam adalah salah satu contoh bisnis KUMKM. “*NAC Snack*” menawarkan berbagai macam *Snack* untuk acara seperti rapat, pesta, dan kegiatan sosial lainnya. Meskipun memiliki banyak potensi pasar, usaha ini masih menghadapi masalah pemasaran. Hasil dari wawancara dengan pemilik usaha, pemilik usaha belum menggunakan website sehingga tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas, pemilik usaha masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti dari mulut ke mulut atau relasi lokal. Sehingga untuk meningkatkan visibilitas bisnis, meningkatkan branding, dan memudahkan pelanggan untuk membeli barang secara online, kehadiran web dapat menjadi pilihan strategis yang efektif di era internet saat ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis terinspirasi dari pengabdian masyarakat oleh (Rahman & Nurdian, 2021) yang membahas pembuatan serta pelatihan *e-commerce* untuk membantu pemasaran toko roti yang menghasilkan sebuah akun *shoppe*, *instagram* serta perubahan desain *packaging* (kemasan produk) sehingga meningkatkan omzet penjualan, sedangkan pengabdian kepada masyarakat oleh (Atmojo & Kusumo, 2022) membahas pemanfaatan Teknologi Informasi untuk UMKM dengan hasil sebuah akun *instagram*, serta pelatihan *tracing* produk, kemudian pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Baharuddin, 2025) yang membahas kegiatan pelatihan umkm penjahit berbasis digitalisasi dengan hasil sebuah akun *facebook* dan *instagram* yang dapat memperluas pasar. Pengabdian yang dilakukan oleh (Haryadi, Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan, 2021) membahas sosialisasi *online shop* berbasis website dengan hasil sebuah akun *onlie shop* serta kemudahan dalam mengkases produk yang tersedia. Kemudian pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Nisa'Febriyanti, Puspita, Badruzzaman Mohammad Ryan, Fatar, & Ruba, 2023) yang membahas pembuatan website katalog produk kuliner dengan hasil sebuah website katalog produk. Dari beberapa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut, penulis bertujuan untuk membantu “*NAC Snack*” dalam mengembangkan dan meluncurkan (*publish*) sebuah website yang dapat mendukung

proses pemasaran usaha mereka, sebab website mudah dan cepat diakses (A, Kurniasari, & Utomo Yudo Bismo, 2024). Selain itu, agar pemilik usaha dapat menjangkau pasar yang begitu luas diperlukan pelatihan bagi pemilik usaha dan karyawan. juga akan diberikan kepada pemilik dan karyawan usaha untuk memastikan mereka mampu mengelola dan memanfaatkan website tersebut secara mandiri.

Dengan adanya website ini, pemilik usaha dan karyawan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital sehingga diharapkan “NAC Snack” dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan volume penjualan, dan memperkuat posisinya di pasar lokal maupun regional. Lebih jauh lagi, inisiatif ini diharapkan menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lain di Kelurahan Gayam untuk mengadopsi teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka, sejalan dengan visi pemberdayaan KUMKM sebagai motor penggerak ekonomi daerah melalui transformasi digital. Website yang kelompok kami rancang memiliki keungulan akan mencakup fitur-fitur utama, seperti katalog produk, formulir pemesanan online, informasi kontak, serta integrasi dengan media sosial (Nisa’Febriyanti et al., 2023).

II. METODE

Metode pelaksanaan KKNT Universitas Nusantara PGRI Kelompok 22 *Sustainable Development Goals* (SDGs) ini dilakukan dengan cara observasi, pelatihan, pendampingan serta memasarkan secara langsung produk di media sosial. Metode tersebut terprogram dan dilakukan bertahap setiap minggu. Alur metode penelitian dapat dilihat seperti Gambar 1.



Gambar 1. ALUR METODE PENGABDIAN

A. Perencanaan

Tahap awal Kegiatan KKN ini adalah dengan menentukan rencana program selama 30 hari. Pada tahap ini penulis melakukan survei untuk mengetahui permasalahan mitra sehingga dapat dibuat *roadmapping* nya, kemudian mencari solusinya, dan membuat pembagian tugas kelompok. Survei ini dilakukan dengan melakukan

wawancara kepada mitra KKNT maupun perangkat desa terkait untuk mendukung program KKNT UN PGRI Kediri *Sustainable Development Goals* (SDGs) kelompok 22 Kelurahan Gayam, setelah data didapat kelompok kami meminta perizinan kepada pihak pihak terkait.

B. Pelaksanaan

Program kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya dilaksanakan pada tahap pelaksanaan ini. Tahap ini mencakup pembuatan program oleh tim KKNT, dengan metode *Waterfall* adalah metode yang kami gunakan saat merancang website Sedangkan untuk hosting website tim kami menggunakan *vercel Server*, Pelatihan ini dihadiri oleh 5 orang yakni pemilik usaha, pegawai usaha, satu pemateri dari salah satu tiga orang dari kelompok 22 KKNT UN PGRI Kediri Kelurahan Gayam yang dilaksanakan langsung ke tempat pemilik usaha, pendampingan praktik langsung untuk membantu pemilik usaha memahami pelatihan yang telah disampaikan sebelumnya, serta implementasi program.

C. Evaluasi

Setelah pelatihan selama tiga hari kepada pemilik usaha sudah memahami cara kerja website yang dibuat oleh kelompok 22 KKNT UN PGRI Kediri, saat praktik selama dua minggu pemilik usaha mencoba beberapa fitur yang tersedia dalam website dan pemilik usaha sudah memahami semua fitur yang ada, dan kelompok 22 KKNT UN PGRI Kediri melakukan *launching* program selama dua hari.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama 30 hari, kegiatan KKNT UN PGRI Kediri *Sustainable Development Goals* (SDGs) kelompok 22 KKNT Kelurahan Gayam telah berhasil dan sukses. Fokus dari upaya ini adalah untuk meningkatkan kualitas *KUMKM*, khususnya "NacSnack". Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kerja sama *KUMKM* dan perguruan tinggi. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk mendukung pengembangan potensi unggul *KUMKM* "NacSnack".

Identifikasi kebutuhan adalah langkah pertama dalam proses pengabdian. Untuk mengetahui kondisi *KUMKM* "NacSnack", tim kami melakukan penyelidikan awal. Ini mencakup analisis kebutuhan pengguna seperti mudah digunakan, mudah diakses, dan mudah dicari, analisis pasar seperti kelebihan dan kekurangan dari pemilik usaha, dan pesaing, serta fitur-fitur yang akan dimasukkan ke dalam pembuatan website setelah mengidentifikasi kebutuhan. Tahap berikutnya

adalah perancangan desain website. Dengan menggunakan software *Figma*, desain web yang menarik dan sesuai dengan identitas merek *KUMKM* telah dibuat.



Gambar 2. DESAIN HALAMAN UTAMA WEBSITE

Gambar 2 menampilkan halaman utama desain website yang kami buat, pada halaman utama ini memuat ringkasan produk yang sering terjual (laris) di pasar dan informasi *Contact Person* (CP) pemilik usaha.



Gambar 3. KATALOG PRODUK

Gambar 3 memuat tampilan produk-produk yang diproduksi oleh pemilik usaha serta tombol untuk melakukan pesanan. Setelah proses perancangan selesai, tahap implementasi dimulai, tim pengabdian membangun website sesuai dengan desain yang sudah dirancang sebelumnya, proses ini meliputi pengkodean, integrasi fitur-fitur, dan pengujian fungsional website. Selama proses implementasi tim pengabdian terus melakukan komunikasi dengan pemilik NacSnack untuk memastikan bahwa website memenuhi ekspektasi mereka.

Setelah pembangunan website selesai, langkah berikutnya adalah melakukan pengujian. Tim pengabdian melaksanakan serangkaian tes untuk memastikan website beroperasi dengan baik dan terbebas dari *bug* atau masalah teknis lainnya. Pengujian ini mencakup pemeriksaan fungsionalitas, kecepatan akses, serta responsivitas terhadap berbagai perangkat dan platform.

Setelah website dinyatakan siap digunakan, tahap berikutnya adalah pelatihan. Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pemilik usaha dan staf terkait mengenai cara mengelola dan memperbarui konten di website. Tujuan pelatihan ini adalah agar pemilik usaha dapat mandiri dalam memanfaatkan website sebagai sarana promosi dan pemasaran.



Gambar 4. PELATIHAN PENGGUNAAN WEBSITE

Gambar 4 menampilkan kegiatan pelatihan penggunaan *Website* yang diwakili oleh beberapa mahasiswa dari tim KKNT Kelompok 22. Hasil evaluasi setelah pelatihan dan praktik menunjukkan bahwa pemilik usaha sudah dapat mengelola konten website dan cara menambahkan berbagai macam produk pemilik usaha. Kemudian setelah tim KKNT Kelompok 22 Kelurahan Gayam launching program, website dapat diakses.

Berdasarkan inspirasi dari pengabdian masyarakat oleh (Rahman & Nurdian, 2021) yang membahas pembuatan serta pelatihan *e-commerce* untuk membantu pemasaran toko roti yang menghasilkan sebuah akun *shoppe*, *instagram* serta perubahan desain *packaging* (kemasan produk) sehingga meningkatkan omzet penjualan, sedangkan pengabdian kepada masyarakat oleh (Atmojo & Kusumo, 2022) membahas pemanfaatan Teknologi Informasi untuk UMKM dengan hasil sebuah akun *instagram*, serta pelatihan *tracing* produk, kemudian pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Baharuddin, 2025) yang membahas kegiatan pelatihan umkm penjahit berbasis digitalisasi dengan hasil sebuah akun *facebook* dan *instagram* yang dapat memperluas pasar. Pengabdian yang dilakukan oleh (Haryadi, Anda Rojali, Khumidin, & M.

Fauzan, 2021) membahas sosialisasi *online shop* berbasis website dengan hasil sebuah akun *online shop* serta kemudahan dalam mengakses produk yang tersedia. Kemudian pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Nisa'Febriyanti, Puspita, Badruzzaman Mohammad Ryan, Fatar, & Ruba, 2023) yang membahas pembuatan website katalog produk kuliner dengan hasil sebuah website katalog produk.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Kelompok 22 KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing *KUMKM*, terutama “NAC Snack”, dengan menggunakan teknologi digital untuk mencapai *Sustainable Development Goals* n (*SDGs*) melalui pemberdayaan ekonomi lokal. “NAC Snack” dapat meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan branding melalui program pelatihan pengelolaan website. Untuk pengabdian selanjutnya dapat melakukan pelatihan pembuatan konten sosial media untuk manarik minat calon *customer*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih terhadap teman teman KKNT Kelompok 22 Kelurahan Gayam atas kerja samanya, penulis juga mengucapkan terimakasih terhadap dosen pembimbing lapangan atas saran serta nasihat yang diberikan, sehingga artikel ini dapat selesai dibuat serta dapat publish.

DAFTAR PUSTAKA

- A, M. K. A. A., Kurniasari, I., & Utomo Yudo Bismo. (2024). HOSTING WEBSITE MODERN SMK AL-AMIEN KOTA KEDIRI MENGGUNAKAN VERCEL DAN NIAGAHOSTER. *National Conference on Electrical, Informatics and Industrial Technology (NEIIT)*, (38), 438–443.
- Atmojo, M. E., & Kusumo, M. P. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378–385. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8214>
- Baharuddin, M. I. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Penjahit Berbasis Digitalisasi di Desa Punggul. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 2(1), 10–13. <https://doi.org/10.62759/JPIM.V2I1.99>
- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal*

Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat), 3(2), 229.

<https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317>

Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

Nisa'Febriyanti, C., Puspita, D., Badruzzamanm Mohammad Ryan, Fatar, M. F. Al, & Ruba, M. G. (2023). Pembuatan Website Katalog Produk Kuliner Sebagai Media Promosi dan Pemasaran UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 582–588. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/784%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/784/384>

Rahman, T., & Nurdian, Y. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran Toko Roti Di Pabian Sumenep. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 645–650. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i3.4727>

Satria, A., Junaidi, L. D., Nasution, N. A., Akbar, M. F., Zahra, A., Buulolo, N., & Kurniawan, A. (2025). Integrasi Teknologi Informasi untuk Ekonomi Digital: Meningkatkan Nilai Ekonomi UMKM Aneka Keripik di Kelurahan Mabar. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 509–519. <https://doi.org/10.46576/RJPKM.V6I1.5352>