

Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mie Jakarta Bowo dalam Pertumbuhan Minat Konsumen

P C S Yan¹, M F Yussanto², M D Harefa³, A Anograhno⁴, E R Handoyo⁵

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

E-mail: 221711845@students.uajy.ac.id¹, 221711821@students.uajy.ac.id²,
221711847@students.uajy.ac.id³, 221711733@students.uajy.ac.id⁴,
emanuel.handoyo@uajy.ac.id⁵

Abstrak. Berdasarkan hasil observasi awal kepada pemilik UMKM “Mie Jakarta Bowo” ditemukan bahwa pemilik UMKM masih belum memahami serta belum bisa meningkatkan sistem transaksi secara digital pada UMKM. Pada era kemajuan teknologi informasi ini muncul sebuah inovasi yang baru, yang menghadirkan sebuah mekanisme yang lebih efisien, dengan menciptakan inovasi baru yaitu uang elektronik. *Quick Response Indonesian Standard* atau disingkat QRIS bisa menjadi solusi pembayaran yang lebih inovatif, dengan kemajuan teknologi mungkin akan mengarahkan para konsumen untuk melakukan sebuah transaksi secara digital. Untuk memajukan sebuah usaha agar dapat bertahan dan berkembang, sehingga diperlukan suatu pengetahuan yang cukup dari pengelola usaha. Diperlukan upaya pelatihan dan pendampingan yang komprehensif dalam penggunaan teknologi Informasi, Fokus dari pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk memperkenalkan dan mengimplementasikan berbagai informasi teknologi seperti QRIS, Canva, atau informasi teknologi lainnya, seperti pembuatan akun media sosial Instagram yang di mana dapat membantu mempromosikan usaha tersebut. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan angkringan dapat memperoleh manfaat yang signifikan, antara lain memiliki daftar menu yang menarik, sistem pembayaran digital.

Kata kunci: teknologi informasi; QRIS; Canva; Instagram; minat konsumen

Abstract. Based on the results of initial observations of UMKM owners "Mie Jakarta Bowo", it was found that UMKM owners still do not understand and have not been able to improve the digital transaction system for UMKM. In this era of advances in information technology, a new innovation has emerged, which presents a more efficient mechanism, by creating a new innovation, namely electronic money. *Quick Response Indonesian Standard* or abbreviated as QRIS can be a more innovative payment solution, with advances in technology that may direct consumers to carry out transactions digitally. To advance a business so that it can survive and develop, sufficient knowledge is needed from the business manager. Comprehensive training and mentoring efforts are needed in the use of information technology. The focus of this training and mentoring is to introduce and implement various technological information such as QRIS, Canva, or other technological information, such as

creating Instagram social media accounts which can help promote the business. With this training and assistance, it is hoped that angkringan can gain significant benefits, including having an attractive menu list and a digital payment system.

Keywords: *information technology; QRIS; Canva; Instagram; consumer interest*

1. Pendahuluan

Teknologi Informasi merupakan suatu perancangan, implementasi, pengembangan, dan manajemen sistem Informasi yang berbasis komputer. Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data sehingga menjadi sebuah informasi dan proses penyaluran data atau informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu [1]. Kehadiran teknologi membawa pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan manusia, terutama seseorang yang bergelut dalam bidang usaha [2]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi pada suatu negara. Pertumbuhan pesat dalam bidang teknologi informasi telah memberikan dampak yang signifikan bagi berbagai sektor, termasuk bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dalam konteks ini, angkringan merupakan salah satu contoh usaha UMKM yang sedang mengembangkan dirinya melalui pemanfaatan teknologi informasi. Meskipun demikian, masih terdapat kendala dalam optimalisasi penggunaan teknologi informasi di dalam usaha ini, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pemilik usaha terkait dengan teknologi tersebut [3]. Teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengembangkan bisnisnya terutama dalam aspek pemasaran yang dapat memberikan fleksibilitas dalam memperluas pangsa pasar, mempromosikan usaha secara *online* melalui media sosial [4]. Pemanfaatan teknologi ini juga dapat meningkatkan kualitas komunikasi antar konsumen untuk membangun hubungan yang kuat untuk mitra bisnis baru [5].

Usaha/perusahaan IMK merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang tumbuh subur di D.I. Yogyakarta. Berdasarkan Survei IMK 2021 Tahunan terdapat 107.891 usaha/perusahaan yang tersebar di seluruh kabupaten/kota di D.I. Yogyakarta [6]. Jumlah usaha IMK menurut kabupaten/kota, terlihat bahwa Kabupaten Bantul memiliki jumlah usaha IMK terbesar yang mencapai 33.246 usaha atau menguasai sebesar 30,81 persen dari total usaha IMK di D.I. Yogyakarta. Pada posisi kedua, sebanyak 30.558 usaha/perusahaan IMK terdapat di Kabupaten Gunung Kidul atau sebesar 28,32 persen. Kabupaten Sleman, Kulon Progo, serta Kota Yogyakarta menempati posisi berikutnya dengan jumlah usaha/perusahaan IMK masing-masing sebesar 22.115 usaha, 18.431 usaha, dan 3.541 usaha [6]. Hal tersebut berdampak pada persaingan pedagang UMKM yang semakin sengit, untuk itu maka pemanfaatan teknologi informasi dengan tujuan untuk mendigitalisasikan sebuah UMKM. Salah satu UMKM di kota Yogyakarta tepatnya pada Kabupaten Sleman yang masih melakukan pembayaran secara manual yaitu adalah UMKM “Mie Jakarta Bowo”.

Berdasarkan hasil observasi awal kepada pemilik UMKM “Mie Jakarta Bowo” ditemukan bahwa pemilik UMKM masih belum memahami serta belum bisa meningkatkan sistem transaksi secara digital pada UMKM. Pada era kemajuan teknologi informasi ini muncul sebuah inovasi yang baru, yang menghadirkan sebuah mekanisme yang lebih efisien, dengan menciptakan inovasi baru yaitu uang elektronik [7]. *Quick Response Indonesian Standard* atau disingkat QRIS merupakan sebuah standar kode QR yang diluncurkan oleh Bank Indonesia sebagai solusi pembayaran yang lebih inovatif [8]. Dengan adanya solusi tersebut, kemajuan teknologi mungkin akan mengalihkan konsumen untuk melakukan sebuah transaksi secara digital [9]. Untuk memajukan sebuah usaha agar

dapat bertahan dan berkembang dibutuhkan suatu pengetahuan yang cukup dari pengelola usaha. Diperlukan upaya pelatihan dan pendampingan yang komprehensif dalam penggunaan teknologi Informasi [10]. Fokus dari pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk memperkenalkan dan mengimplementasikan berbagai teknologi informasi seperti QRIS, Media Sosial, Canva, atau teknologi informasi lainnya yang mungkin dapat diterapkan pada usaha tersebut [11]. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan angkringan dapat memperoleh manfaat yang signifikan, antara lain memiliki daftar menu yang menarik, sistem pembayaran digital, serta media sosial sebagai media untuk melakukan promosi [12].

Melalui pengabdian ini, tim juga sangat berharap dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang akan mempengaruhi keberhasilan penerapan teknologi informasi dalam konteks UMKM. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan peluang apa saja yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi informasi, diharapkan akan ada upaya yang lebih terarah dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor UMKM di era digital ini [13]. Dengan adanya optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi ini, diharapkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat menarik minat konsumen dan pada akhirnya mengalami pertumbuhan dalam jumlah konsumen yang mengunjungi usaha bisnisnya [14]. Oleh karena itu, pengabdian ini akan memperkenalkan dan mengeksplorasi peran teknologi informasi dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha mikro kecil menengah (UMKM) [15].

2. Analisis Situasi



Gambar 1. Kondisi Warung Mie Jakarta Bowo

Warung Mie Jakarta Bowo dikelola oleh Pak Bowo dan anaknya yang bernama Andriyanto, usaha ini sudah berdiri sejak 10 tahun yang lalu. Warung Mie Jakarta Bowo ini terletak di Jalan Babarsari, Caturtunggal tepatnya berada di depan Olive Fried Chicken Babarsari. Kondisi Warung Mie Jakarta Bowo ini menggunakan sebuah tenda yang berada tepat di pinggir jalan raya (Gambar 1). Nama Warung Mie Jakarta Bowo ini diambil dikarenakan pemilik usaha atau Pak Bowo ini pernah membuka sebuah warung mie yang ada di Jakarta. Warung Mie Jakarta Bowo memiliki beberapa menu yang bernuansa chinese seperti kwetiau, cap cai, fuyung hai, ifu mie.



Gambar 2. Wawancara Kepada Mitra

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik warung (Gambar 2), Mie Jakarta Bowo tampaknya masih menggunakan metode pembayaran konvensional dan belum memiliki integrasi dengan teknologi pembayaran digital atau QRIS. Kondisi ini memberikan peluang besar untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi bagi pembeli. Selain itu, warung tersebut juga membutuhkan penyegaran dalam tampilan menu untuk menarik perhatian pembeli potensial dan memudahkan dalam memilih menu dengan menggunakan tampilan yang lebih simpel dan informatif.

Dengan mempertimbangkan target pasar Mie Jakarta Bowo, yang meliputi berbagai kalangan namun terutama mahasiswa di sekitar lokasi warung seperti Atma Jaya Yogyakarta, UPN, dan ITNY, penggunaan teknologi digital dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan pemasaran dan daya saing usaha tersebut. Mahasiswa adalah segmen pasar yang sangat terbuka terhadap inovasi teknologi, sehingga pengenalan metode pembayaran digital, desain menu yang menarik, dan promosi melalui media sosial dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi Mie Jakarta Bowo.

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemilik warung pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha. Selain itu, melalui pelatihan tentang penggunaan pembayaran digital atau QRIS, pembuatan desain menu yang efektif menggunakan platform seperti Canva, dan strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram, diharapkan Mie Jakarta Bowo dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan pendapatan.

Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya bertujuan untuk membantu pemilik warung dalam menghadapi tantangan teknologi, tetapi juga untuk memperkuat posisi pemilik dalam pasar yang semakin kompetitif. Diharapkan, dengan adanya bantuan dan dukungan ini, Mie Jakarta Bowo dapat mengalami pertumbuhan yang signifikan dan menjadi contoh sukses bagi UMKM lainnya dalam memanfaatkan potensi teknologi digital untuk mengembangkan usaha pemilik.

3. Metode

Metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam melakukan kegiatan pengabdian pada mitra Mie Jakarta Bowo yaitu dengan menggunakan Sosialisasi dan Pelatihan bagaimana cara penggunaan QRIS dan Canva. Kegiatan ini dilakukan pada hari pertama pengabdian akan menjelaskan tentang

pendaftaran QRIS dan cara penggunaan QRIS. Sedangkan untuk hari kedua kita akan menjelaskan bagaimana cara penggunaan Canva untuk membuat desain menu makanan dan juga membuat desain-desain atau strategi promosi untuk media sosial mitra tersebut. Pengabdian ini dilakukan melalui tiga metode yaitu penyampaian materi, pelatihan penggunaan aplikasi Canva, dan pelatihan penggunaan Media Sosial.

3.1 Penyampaian Materi

Metode ini diterapkan dalam pengabdian ini untuk melakukan penyampaian materi kepada pihak mitra mengenai cara penggunaan QRIS dan pendaftaran QRIS. Pada metode ini pemilik mitra akan diberitahukan informasi mengenai QRIS. Informasi yang diberikan pada materi QRIS yaitu bagaimana cara penggunaan QRIS, apa saja dampak positif dan negatif dari penggunaan QRIS, dan informasi penting lainnya seputar QRIS.

3.2 Pelatihan penggunaan aplikasi Canva

Metode ini diterapkan dalam pengabdian untuk melakukan pembuatan desain-desain menarik agar menarik para perhatian pelanggan pada mitra tersebut. Pelatihan ini dimulai dengan melakukan pembuatan poster menu makanan sebagai contoh dalam pelatihan penggunaan Canva tersebut.

3.3 Pelatihan penggunaan Media Sosial

Metode ini diterapkan dalam pengabdian untuk melakukan pelatihan menggunakan media sosial Instagram. Pada metode ini dilakukan mulai dari pembuatan akun Instagram Mie Jakarta Bowo, bagaimana cara meng-*upload* atau memasarkan produk dengan menggunakan aplikasi tersebut, dan bagaimana cara melakukan *update story* pada aplikasi tersebut. Pelatihan ini dilakukan pada hari yang sama dengan pelatihan penggunaan aplikasi Canva. Setelah selesai pelatihan penggunaan aplikasi Canva, langsung dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan media sosial Instagram.

Berikut tahapan, luaran, dan *timeline* dari pengabdian akan dijelaskan melalui Tabel 1 dan Tabel 2 :

Tabel 1. Tahapan dan Luaran Pengabdian

	Tahap Persiapan	Luaran
1.	Observasi	Mengetahui bagaimana situasi dan kondisi pada mitra Mie Jakarta Bowo
2.	Wawancara	Apa saja tentang kebutuhan mitra Mie Jakarta Bowo
3.	Pembuatan Materi	Materi apa saja yang akan diberikan pada saat melakukan pengabdian
	Tahap Pelaksanaan	Luaran
1.	Pengabdian hari Pertama	Pemaparan materi dan penggunaan QRIS
2.	Pengabdian hari Kedua	Pemaparan materi dan bagaimana cara penggunaan aplikasi Canva dan Media Sosial Instagram

	Tahap Laporan	Luaran
1.	Penyusunan laporan pengabdian	Mengetahui bagaimana situasi dan kondisi pada mitra Mie Jakarta Bowo
2.	Penyusunan artikel untuk publikasi	Apa saja tentang kebutuhan mitra Mie Jakarta Bowo

Tabel 2. Timeline pelaksanaan pengabdian

Hari Pertama	Tanggal dan waktu
1. Penyampaian Materi QRIS	Senin 01 April 2024, Pukul 15:00 WIB
2. Pendaftaran QRIS	Senin 01 April 2024, Pukul 15.30 WIB
Hari Kedua	Tanggal dan waktu
1. Penyampaian materi Canva	Sabtu 06 April 2024, Pukul 15:00 WIB
2. Pelatihan penggunaan Aplikasi Canva	Sabtu 06 April 2024, Pukul 15:30 WIB
3. Pelatihan penggunaan dan pembuatan akun Media sosial Instagram	Sabtu 06 April 2024, Pukul 16:30 WIB
4. Sesi tanya jawab	Sabtu 06 April 2024, Pukul 17:00 WIB

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Pelaksanaan Pengabdian pada hari pertama

Pada hari pertama tim akan melaksanakan pengabdian tentang QRIS. Oleh karena itu pada pengabdian hari pertama ini tim akan membagi beberapa sesi menjadi dua sesi yaitu penyampaian materi mengenai QRIS dan pendaftaran serta penggunaan QRIS.

4.1.1 Penyampaian materi QRIS



Gambar 3. Penyampaian materi QRIS

Sesi pertama dilaksanakan pada hari Senin, 01 April 2024 pukul 15:00 WIB. Pada sesi pertama ini kita melakukan pengabdian yang berfokus pada materi mengenai QRIS. Pada sesi tersebut tim menjelaskan secara detail dan rinci mengenai bagaimana penerapan QRIS dilakukan. Penjelasan yang diberikan meliputi gambaran umum mengenai QRIS, bagaimana penggunaannya, bagaimana alur transaksi, cara mengecek saldo pada QRIS, bagaimana proses pencairan dana dilakukan, dan apa saja kelebihan dan keuntungan menggunakan QRIS. Penggunaan QRIS meliputi pelanggan yang akan melakukan *scan QR code* yang sudah disediakan kemudian pelanggan memasukkan berapa nominal yang harus dibayar oleh pelanggan tersebut, setelah memasukkan nominal, pelanggan harus memasukkan pin bank dan setelah berhasil pelanggan dapat menunjukkan hasil pembayaran kepada penjual.

Setelah menjelaskan bagaimana penggunaan QRIS dilakukan, tim menjelaskan bagaimana cara mengecek saldo dan melakukan pencairan dana QRIS ke rekening milik pemilik usaha. Pemilik usaha dapat mengecek saldo atau riwayat transaksi dalam kurun waktu melalui sebuah aplikasi pada App Store yaitu QRIS *online*. Kemudian tim menjelaskan bahwa setiap transaksi yang dilakukan melalui QRIS akan dikenakan pajak atau potongan biaya sebesar 0,7% dan jika dana yang berada pada QRIS sudah terakumulasi lebih dari Rp 50.000 akan dicairkan oleh pihak QRIS ke rekening pemilik usaha secara otomatis dalam kurun waktu 2-3 hari pada jam kerja setelah transaksi dilakukan.

Setelah penyampaian materi QRIS selesai dilakukan, tim melakukan sesi tanya jawab kepada pemilik warung. Tim mengadakan sesi tanya jawab agar pemilik warung bisa menanyakan apa saja mengenai QRIS yang masih belum dimengerti. Hal ini bertujuan untuk menghindari ketidakpahaman mengenai QRIS yang akan diterapkan pada mitra Mie Jakarta Bowo tersebut.

4.1.2 Pendaftaran QRIS



Gambar 4. Proses Pendaftaran QRIS

Pada sesi ini berfokus pada cara pengaplikasian QRIS yaitu dengan melakukan pendaftaran QRIS secara *online* melalui *website qris.id*. Pada saat proses pendaftaran QRIS diperlukan berkas-berkas untuk melakukan pendaftaran pada QRIS seperti KTP, Kartu Keluarga, dan informasi pribadi lainnya. Setelah semua berkas tersebut terkumpul, tim langsung melakukan pendaftaran pada *website* dan mengunggah semua informasi dan berkas yang diperlukan. Setelah menyelesaikan semua syarat pendaftaran, kita harus menunggu beberapa hari untuk pihak QRIS memverifikasi berkas-berkas tersebut. Setelah tiga hari menunggu pihak QRIS sudah menyetujui semua berkas dan informasi dari mitra tersebut.

4.2 Pelaksanaan Pengabdian pada hari kedua

Pada hari kedua, tim akan melaksanakan pengabdian tentang Canva. Oleh karena itu pada pengabdian hari kedua ini, tim akan membagi beberapa sesi menjadi empat sesi, yaitu penyampaian materi

mengenai Canva, pelatihan penggunaan Aplikasi Canva, Pelatihan penggunaan dan pembuatan akun Media sosial Instagram, serta sesi tanya jawab.

4.2.1 Penyampaian materi Canva



Gambar 5. Penyampaian Materi Canva

Sesi pertama dilaksanakan pada hari Sabtu, 06 April 2024 pukul 15:00 WIB. Pada sesi pertama ini kita melakukan pengabdian yang berfokus pada materi mengenai Aplikasi Canva. Pada sesi tersebut tim menjelaskan secara detail dan rinci mengenai bagaimana penggunaan Aplikasi Canva. Penjelasan yang tim berikan meliputi gambaran umum Aplikasi Canva, bagaimana cara penggunaannya, fitur-fitur yang dapat digunakan, dan apa saja kelebihan dan keuntungan Aplikasi Canva.

Penggunaan Aplikasi Canva memungkinkan pengguna menciptakan desain menarik tanpa memerlukan keahlian mendalam dalam desain grafis menggunakan fitur-fitur yang meliputi template desain yang menyesuaikan dengan kebutuhan, penggunaan elemen-elemen seperti ikon, gambar dan teks, serta pengaturan warna. Penggunaan Aplikasi Canva ini dapat menjadi relevan bagi Mie Jakarta Bowo dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan desain yang menarik.

Setelah penyampaian materi Aplikasi Canva selesai dilakukan, tim melakukan sesi tanya jawab sebentar kepada pemilik warung mengenai hal yang mungkin belum dimengerti untuk menghindari kesalahan penyampaian, sehingga segala informasi yang telah disampaikan dapat diterapkan pada mitra Mie Jakarta Bowo.

4.2.2 Pelatihan penggunaan Aplikasi Canva



Gambar 6. Pelatihan penggunaan aplikasi canva

Sesi kedua dilaksanakan pada hari yang sama pukul 15:30 WIB. Pada sesi ini, tim menyelenggarakan pelatihan penggunaan Aplikasi Canva kepada pemilik usaha, Mie Jakarta Bowo. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman praktis dan langsung kepada pemilik usaha mengenai cara memanfaatkan Canva dalam meningkatkan kreativitas dan daya tarik dari daftar menu.

Tim mempraktikkan penggunaan Canva secara langsung menggunakan template dari Canva dan beberapa foto produk makanan dari Mie Jakarta Bowo. Tim menunjukkan proses pembuatan daftar menu yang lebih kreatif dan unik, mulai dari pemilihan template yang sesuai, penambahan foto produk, hingga penyesuaian teks dan *layout* dengan menyesuaikan identitas dari Mie Jakarta Bowo. Fungsi dan kegunaan dari fitur-fitur yang digunakan dalam Canva juga dijelaskan secara mendalam selama pelatihan.



Gambar 7. Daftar menu

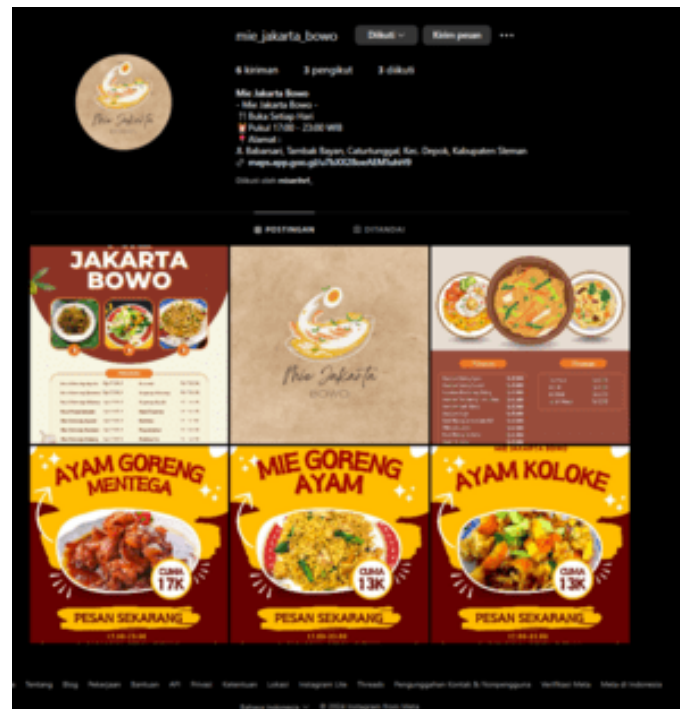
Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemilik usaha pemahaman dan keterampilan dasar dalam menggunakan Aplikasi Canva dengan lebih kreatif dalam memasarkan produknya, meningkatkan minat konsumen, serta meningkatkan penjualan melalui desain-daftar menu yang menarik.

4.2.3 Pelatihan penggunaan dan pembuatan akun Media Sosial Instagram

Sesi ketiga dilaksanakan pukul 16:30 WIB setelah pelatihan Canva, yaitu pelatihan penggunaan dan pembuatan akun media sosial Instagram. Pada sesi ini, tim fokus pada pemanfaatan Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang efektif untuk mempromosikan Mie Jakarta Bowo.

Tim membantu pemilik usaha membuat dan menjelaskan fungsi akun Instagram yang akan digunakan sebagai akun resmi dari Mie Jakarta Bowo sebagai media pemasaran. Tim juga membantu mengisi deskripsi akun dengan informasi penting seperti jam buka dan alamat mitra, sehingga pengikut akun ataupun calon *customer* dapat menemukan informasi yang dibutuhkan.

Setelah akun Instagram berhasil dibuat dan diisi dengan informasi dasar, tim melanjutkan dengan pelatihan pembuatan konten, memandu pemilik usaha dalam membuat logo untuk foto profil akun Instagram yang baru, dengan memanfaatkan fitur desain yang tersedia di Aplikasi Canva, serta membuat beberapa postingan yang mempromosikan beberapa produk dari Mie Jakarta Bowo serta daftar menu. Postingan ini dirancang untuk menarik perhatian pengguna Instagram dan meningkatkan minat konsumen untuk mengunjungi dan membeli produk dari Mie Jakarta Bowo.



Gambar 8. Akun Instagram Mie Jakarta Bowo

Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat membantu Mie Jakarta Bowo untuk memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan visibilitas *brand*, serta meningkatkan interaksi dan keterlibatan konsumen dengan produk dan layanan yang ditawarkan.

4.2.4 Sesi tanya jawab



Gambar 9. Sesi tanya jawab

Sesi terakhir, tanya jawab, dilaksanakan pada pukul 17:00 WIB. Pada sesi ini, tim memberikan kesempatan kepada pemilik usaha, Mie Jakarta Bowo, untuk bertanya mengenai materi yang telah

disampaikan sebelumnya, baik mengenai penggunaan Aplikasi Canva maupun pembuatan dan penggunaan akun media sosial Instagram.

Sesi tanya jawab ini juga menjadi kesempatan bagi tim untuk mendapatkan *feedback* langsung dari pemilik usaha mengenai pelatihan yang telah dilakukan, sehingga tim dapat melakukan evaluasi dan peningkatan untuk pelatihan-pelatihan selanjutnya.

5. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian Pemanfaatan Teknologi Infomrasi untuk masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen dan pemasaran usaha pada warung Mie Jakarta Bowo. Dengan adanya pengabdian ini, mitra Mie Jakarta Bowo mendapatkan hasil yang bermanfaat untuk kemajuan mitra kedepannya. Manfaat tersebut dapat berupa peningkatan jumlah konsumen, menyediakan daftar menu yang menarik untuk pelanggan, memiliki Media sosial untuk melakukan pemasaran secara digital dan juga menyediakan pembayaran secara digital yaitu QRIS. Manfaat-manfaat tersebut diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi mitra Mie Jakarta Bowo untuk meningkatkan minat para konsumen.

Pengabdian ini juga memberikan pengetahuan tentang teknologi informasi seperti penggunaan Canva, bagaimana penggunaan Media sosial Instagram dan pengetahuan mengenai sistem pembayaran digital QRIS. Oleh karena itu, tim berharap agar pengabdian kedepannya yang dilakukan oleh siapapun bisa memberikan pelatihan atau penerapan teknologi informasi yang dapat memajukan pemasaran pada UMKM di Indonesia.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bu Elisabeth Marsella, S.S., M.Li. sebagai dosen pengampu mata kuliah Teknologi Informasi Untuk Masyarakat dan Pak Emanuel Ristian Handoyo, S.T., M.Eng. sebagai dosen pembimbing. Tim juga mengucapkan terima kasih kepada Pak Bowo dan Mas Andriyanto selaku pemilik usaha Mie Jakarta Bowo yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan pelatihan dan pengabdian ini.



7. Referensi

- [1] A. Basry and E. M. Sari, "Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada

- Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM),” *IKRA-ITH Inform. J. Komput. dan Inform.*, vol. 2, no. 3, pp. 53–60, 2018, [Online]. Available: <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- [2] T. A. Lubis and J. Junaidi, “Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi,” *J. Perspekt. Pembiayaan dan Pembang. Drh.*, vol. 3, no. 3, pp. 163–174, 2016, doi: 10.22437/ppd.v3i3.3535.
- [3] V. Indiarma, “Inovasi Teknologi Informasi dan Komunikasi di Usaha Mikro Kecil Menengah Pedesaan (Adopsi Inovasi dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM di Desa Sukasari, Seluma),” *Tuturlogi*, vol. 4, no. 3, p. 90, 2023, doi: 10.21776/ub.tuturlogi.2023.004.03.4.
- [4] C. S. de Almeida *et al.*, “Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Bisnis UMKM,” *Rev. Bras. Linguística Apl.*, vol. 5, no. 1, pp. 1689–1699, 2016, [Online]. Available: <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- [5] K. A. Akhmad and S. Purnomo, “Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta,” *Sebatik*, vol. 25, no. 1, pp. 234–240, 2021, doi: 10.46984/sebatik.v25i1.1293.
- [6] BPS Yogya, “Profil Industri Mikro dan Kecil Daerah Istimewa Yogyakarta 2022,” 2023, [Online]. Available: <https://yogyakarta.beta.bps.go.id/id/publication/2023/12/29/775fb319909382e16d8d24f2/profil-industri-mikro-dan-kecil-daerah-istimewa-yogyakarta-2022.html>
- [7] E. Aswandy and T. Mariyanti, “Analisa Pengaruh Teknologi Informasi & Komunikasi terhadap Kewirausahaan dan Kinerja UMKM,” *J. STEI Ekon.*, vol. 31, no. 01, pp. 76–89, 2022, doi: 10.36406/jemi.v31i01.624.
- [8] J. E. Sihalo, A. Ramadani, and S. Rahmayanti, “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3),” *Manaj. Bisnis*, vol. 17, no. 2, pp. 287–297, 2020, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- [9] P. Ramadani Silalahi, K. Tambunan, and T. Ramadhany Batubara, “Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi,” *ULIL ALBAB J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 1, no. 2, pp. 122–128, 2022.
- [10] Zakaria Priyo 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] G. Abdurrahman, H. Oktavianto, E. Y. Habibie, and A. W. Hadiyatullah, “Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran,” *J. Pengabd. Masy. Manag.*, vol. 1, no. 2, pp. 88–92, 2020, doi: 10.32528/jpmm.v1i2.3981.
- [12] Avandia Yovan Ari Krisma, F. A. Arnold Eron, I Made Wellya Supratistha Kardika, Rachel Graceya Emanuella, Yohanes Christiawan Atmaja, and Citra Yuyu Palangan, “Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Usaha Pecel Lele Pak Marno,” *GIAT Teknol. untuk Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 57–68, 2023, doi: 10.24002/giat.v2i1.7198.
- [13] Iswanto *et al.*, “Manfaat Manajemen Teknologi Informasi Di UMKM Benefits of Information Technology Management in SMEs,” vol. 5, pp. 1–6, 2023, [Online]. Available: <https://www.semanticscholar.org/paper/b0d69ac3b43ad1297ba1b6d5d5522d0696de9246>
- [14] A. Mustapa, R. Machmud, and D. L. Radji, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, p. 2022, 2022, [Online]. Available: <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- [15] H. Nurcahya and S. A. Majapahit, “Kajian Penerapan Teknologi Informasi Pada UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Lokal,” *Konf. Nas. Sist. Inf.*, pp. 1365–1369, 2018.