

Penerapan Website dan Sosialisasi Hukum Digital pada Toko Keripik Kasih Karunia

Melda Agnes Manuhutu¹, I Dewa Ayu Nyoman Utari Sastrani², Kezia Elshaday³, Yesi², Yani⁴, Edgar⁵, Lulu Jola Uktolseja⁶, Meldi Manuhutu⁷

^{1, 3, 4, 5}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Victory Sorong, Indonesia

²Program Studi Hukum, Universitas Victory Sorong, Indonesia

⁶Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Victory Sorong, Indonesia

⁷Program Studi Manajemen Universitas Victory Sorong, Indonesia

Email: melda.a.manuhutu@gmail.com¹, sastranidewa@gmail.com², lulujola39@gmail.com

Abstract

Digital transformation has become a crucial necessity for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to remain competitive in today's business landscape. This study aims to implement an e-commerce website as a digitalization solution for Toko Keripik Kasih Karunia, a traditional snack business in Sorong, West Papua, which previously relied on manual business processes. Using a qualitative approach, data were collected through direct interviews with the business owner, on-site observations, and literature review related to information systems and MSME management. The website was developed using the free version of Odoo.com, selected for its user-friendly interface and the absence of programming requirements. The results indicate that the developed website effectively provides comprehensive product information, streamlines transaction processes, and expands marketing reach. Furthermore, the website facilitates more efficient stock management and sales reporting. The positive impact of this implementation is evident in enhanced promotional effectiveness, improved information accessibility for customers, and increased business revenue. This study affirms that leveraging information technology through e-commerce websites can serve as an effective strategy for MSMEs to strengthen their competitiveness and foster business growth in the digital era and the implementation of digital law socialization helped increase participants' knowledge.

Keywords: MSMEs, odoo platform, digital, e-commerce, legal of digital

Abstrak

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan utama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan persaingan bisnis di era modern. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan website e-commerce sebagai solusi digitalisasi pada Toko Keripik Kasih Karunia di Kota Sorong, Papua Barat Daya, yang selama ini masih menjalankan proses bisnis secara manual. Melalui program PkM, data dikumpulkan dengan wawancara langsung kepada pemilik usaha, observasi di lokasi, serta studi pustaka terkait sistem informasi dan pengelolaan UMKM. Pengembangan website dilakukan menggunakan platform Odoo.com yang dipilih karena kemudahan penggunaannya tanpa memerlukan keahlian pemrograman. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pelatihan penerapan website yang dikembangkan mampu menyediakan informasi produk secara lengkap, mempermudah proses transaksi, serta memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, penerapan website ini juga memfasilitasi pengelolaan stok dan pelaporan penjualan secara lebih efisien. Dampak positif dari penerapan website ini terlihat pada peningkatan efektivitas promosi, kemudahan akses informasi bagi konsumen, serta peningkatan pendapatan usaha. Studi ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi melalui website e-commerce dapat menjadi strategi efektif bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan usaha di era digital serta terlaksananya sosialisasi hukum digital membantu menambah pengetahuan peserta.

Kata kunci: UMKM, platform odoo, digital, e-commerce, hukum digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan kewirausahaan (Darmawan, I. 2024; Maria, V. M., Rizky, S. D., & Akram, A. M. 2024; Manuhutu dkk, 2024; Muqorobin, 2023; Suwandi, S., Hutabarat, M. P., Aldjudin, M. R., & Melania, L. 2025; Taufiqurahman, M. R. et al. 2023). Transformasi digital kini menjadi tuntutan bagi pelaku usaha untuk mampu bersaing dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang semakin kompetitif (Zulfikar, 2024). Salah satu sektor yang sangat terdampak oleh perubahan ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Nisa, 2024). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang menghadapi kendala dalam hal pemasaran, pengelolaan data, dan efisiensi operasional akibat keterbatasan pemanfaatan teknologi. Penerapan sistem informasi berbasis website menjadi salah satu solusi yang dapat diadopsi oleh UMKM untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut (Manuhutu dkk., 2025). *Website* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi yang efektif, tetapi juga mampu memperluas jangkauan pasar, memberikan kemudahan akses informasi bagi konsumen, serta meningkatkan efisiensi proses transaksi dan pengelolaan usaha (Sihotang dkk., 2025).

Melalui digitalisasi, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Toko Keripik Kasih Karunia merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi dan penjualan keripik di Kota Sorong, Papua Barat Daya. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2002 dan saat ini masih menjalankan sebagian besar proses bisnisnya secara manual, mulai dari produksi, pemasaran, hingga transaksi penjualan. Produk yang dihasilkan meliputi keripik keladi, keripik pisang, dan keripik singkong, yang dipasarkan dengan cara menitipkan ke toko-toko dan kios di sekitar wilayah Sorong. Cara pemasaran dan transaksi yang masih konvensional menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, serta kurang optimalnya pengelolaan data penjualan dan stok produk. Melihat permasalahan tersebut, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat (PKM) berinisiatif melakukan pelatihan penerapan website e-commerce berbasis Odoo.com dipandang sebagai langkah strategis untuk mendukung digitalisasi usaha Toko Keripik Kasih Karunia serta sosialisasi hukum digital. Platform Odoo dipilih karena menawarkan kemudahan dalam pembuatan website tanpa memerlukan kemampuan pemrograman, sehingga sangat cocok untuk pelaku UMKM yang minim pengalaman teknis. Melalui pelatihan pengembangan website ini, diharapkan usaha dapat mengoptimalkan promosi produk, memperluas jangkauan pasar, memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi, serta meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha secara keseluruhan.

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses penerapan website e-commerce pada Toko Keripik Kasih Karunia, mulai dari identifikasi kebutuhan, pengembangan website, hingga evaluasi dampak yang dihasilkan terhadap operasional dan pemasaran usaha serta pemahaman akan hukum digital. Dengan adanya inovasi digital ini, diharapkan Toko Keripik Kasih Karunia dapat meningkatkan efektivitas bisnisnya dan menjadi contoh bagi UMKM lain dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pengembangan usaha di era digital.

2. METODE

Teknik Pengumpulan Data

Dalam PKM ini, data dikumpulkan melalui beberapa metode utama untuk memperoleh gambaran yang komprehensif terkait kebutuhan dan kondisi mitra usaha

Wawancara

Program PKM dilakukan dengan langkah awal yakni wawancara langsung dengan pemilik Toko Keripik Kasih Karunia, Bapak Willy, pada tanggal 19 April 2025 di lokasi usaha yang beralamat di Jl. D. Osok, Km. 12, Kota Sorong. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait jenis produk yang dipasarkan, mekanisme transaksi, strategi pemasaran yang diterapkan, serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Observasi

Pengamatan langsung dilakukan di tempat usaha guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses produksi, sistem penjualan, serta interaksi dengan pelanggan. Observasi ini membantu pkm dalam mengidentifikasi kebutuhan spesifik yang dapat diakomodasi melalui pengembangan website *e-commerce*.

Tahap Pelaksanaan Program

1. Sosialisasi Penggunaan Website pada Unit Usaha dan Sosialisasi Hukum Digital Tahap awal pelaksanaan dimulai dengan kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk:
 - a. Memberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya digitalisasi usaha melalui pemanfaatan website.
 - b. Menjelaskan manfaat website sebagai media promosi, transaksi, dan manajemen informasi usaha.
 - c. Menyampaikan materi terkait hukum digital, khususnya mengenai:
 1. Perlindungan data konsumen dan pemilik usaha.
 2. Etika komunikasi dan transaksi daring berdasarkan UU ITE.
 3. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif, tanya jawab, dan penyebaran brosur edukatif.
2. Pelatihan Penggunaan Website pada Toko Keripik Kasih Karunia
Setelah sosialisasi, dilakukan pelatihan teknis yang bersifat praktikal kepada pemilik dan pengelola Toko Keripik Kasih Karunia. Pelatihan meliputi:
 - a. Pengenalan antarmuka dan fitur website usaha. Cara mengelola konten produk (upload foto, deskripsi, harga).
 - b. Manajemen pemesanan dan stok barang. Pembuatan akun email dan pengelolaan komunikasi pelanggan.
 - c. Penggunaan dashboard untuk melihat trafik dan statistik pengunjung.
 - d. Kegiatan ini dilakukan secara langsung (*hands-on*) dengan pendampingan oleh tim pelatih.
3. Evaluasi Pemahaman Peserta Pelatihan Tahap akhir berupa evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui:
 - a. Uji praktik langsung menggunakan website (mengunggah produk, mengatur kategori).
 - b. Wawancara singkat mengenai pemahaman hukum digital.
 - c. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk mengetahui efektivitas pelatihan serta kebutuhan pendampingan lanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Usaha dan Permasalahan

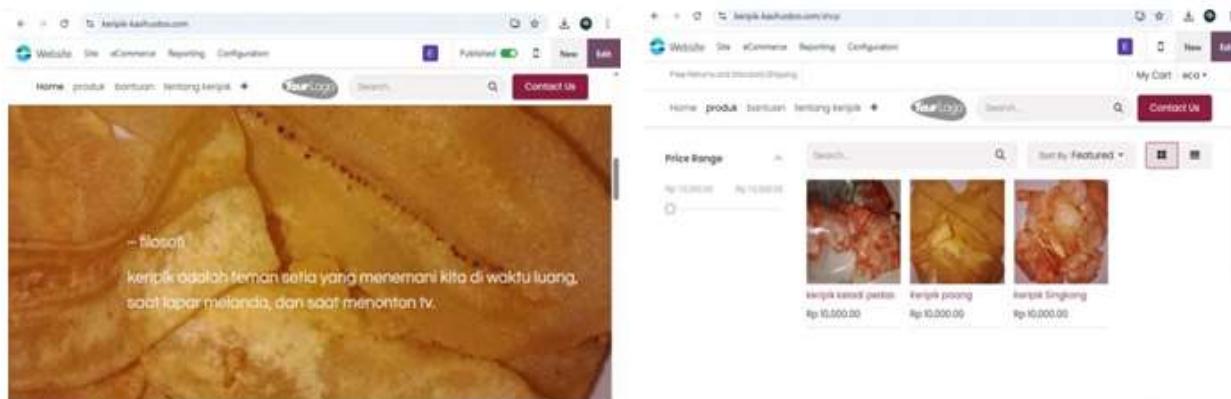
Toko Keripik Kasih Karunia merupakan usaha mikro yang beroperasi di Kota Sorong sejak tahun 2002. Usaha ini memproduksi dan menjual berbagai jenis keripik seperti keripik keladi, pisang, dan singkong. Selama bertahun-tahun, proses produksi, pemasaran, dan transaksi penjualan masih dilakukan secara manual. Produk dipasarkan dengan cara menitipkan ke toko, ruko, dan kios sekitar, sedangkan transaksi penjualan dilakukan secara langsung tanpa bantuan teknologi. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan kurang efektif dalam promosi serta pengelolaan data penjualan, serta minimnya informasi terkait hukum digital bagi pelaku usaha.

Analisis Kebutuhan

Melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha, ditemukan bahwa pemilik usaha membutuhkan solusi digital yang sederhana namun efektif untuk mengatasi kendala pemasaran dan pengelolaan usaha. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, *website* yang akan dikembangkan harus mampu menampilkan informasi produk secara lengkap, menyediakan fitur kontak, serta memudahkan proses promosi dan transaksi. Platform Odoo.com dipilih karena menawarkan kemudahan pembuatan *website* tanpa memerlukan keahlian pemrograman, sehingga sangat cocok untuk pelaku UMKM yang minim pengalaman teknis.

Proses Pengembangan Website

Pengembangan website untuk Toko Keripik Kasih Karunia dilakukan dengan memanfaatkan platform Odoo.com yang dipilih karena kemudahan penggunaannya dan tidak memerlukan kemampuan pemrograman, sehingga sangat sesuai untuk pelaku UMKM yang belum berpengalaman di bidang teknologi. Proses pengembangan dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha, sehingga fitur-fitur yang dihadirkan benar-benar relevan dengan permasalahan yang dihadapi, seperti keterbatasan promosi, pengelolaan stok, dan pencatatan penjualan. Website yang dirancang terdiri dari beberapa halaman utama, yaitu halaman beranda yang menampilkan profil usaha dan produk unggulan, halaman katalog produk yang memuat daftar lengkap produk beserta deskripsi dan harga, halaman bantuan yang memberikan informasi terkait cara pemesanan dan layanan pelanggan, halaman tentang keripik yang menjelaskan keunikan dan sejarah produk, serta halaman kontak yang memuat alamat, nomor telepon, dan media sosial usaha. Seluruh data yang ditampilkan di website diambil dari hasil pengumpulan informasi langsung dari pemilik usaha, sehingga website dapat menjadi media promosi yang efektif, memperluas jangkauan pasar, dan memudahkan konsumen dalam mengakses informasi serta melakukan transaksi. Dengan adanya website ini, diharapkan Toko Keripik Kasih Karunia dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing di era digital.



Gambar 1. Rancangan Kebutuhan Teknologi Bagi Mitra

Pelatihan Implementasi dan Dampak Website

Hasil pelatihan implementasi *website e-commerce* pada Toko Keripik Kasih Karunia menunjukkan bahwa pelatihan penerapan website berbasis Odoo.com secara signifikan memudahkan pemilik usaha dalam mempromosikan produk, mengelola data penjualan, serta memperluas jangkauan pasar. Website yang dihasilkan memuat berbagai informasi penting, seperti daftar produk, alamat usaha, dan kontak yang dapat diakses oleh calon pelanggan kapan saja. Keberadaan *website* ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam transaksi dan pengelolaan stok, tetapi juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh informasi dan melakukan pemesanan secara daring. Selain itu, citra usaha menjadi lebih profesional dan modern, sehingga mampu menarik minat pembeli baru dan memperkuat loyalitas pelanggan lama. Secara keseluruhan, penerapan *website e-commerce* ini berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha, meningkatkan efektivitas promosi, serta memberikan kontribusi nyata dalam mendukung digitalisasi UMKM di era teknologi informasi. Setelah sosialisasi, peserta memahami terkait hukum digital dan dasar-dasar UU ITE, terutama pasal-pasal yang berkaitan dengan transaksi elektronik, Penyebaran informasi bohong, Perlindungan data pribadi konsumen, Etika berkomunikasi di media sosial dan marketplace.



Gambar 2 Penerapan Website dan Sosialisasi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil program PKM, dapat disimpulkan bahwa penerapan *website e-commerce* pada Toko Keripik Kasih Karunia memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan penjualan produk. *Website* yang dikembangkan mampu memperluas jangkauan pasar, memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi, serta mendukung pengelolaan usaha secara digital. Penerapan teknologi informasi ini menjadi langkah strategis bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dan meningkatkan daya saing di era digital. Pengelola usaha memahami informasi terkait perlindungan data konsumen dan pemilik usaha.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik Toko Keripik Kasih Karunia atas kesediaannya menjadi mitra program PKM serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, I. (2024). Sinergi Teknologi Informasi dan Kewirausahaan: Era Inovasi Berkelanjutan sebagai Strategi Penciptaan Nilai Tambah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 21(1), 1–18.
- Manuhutu, M. A., Manuhutu, A., Manuhutu, M., Manurung, T., & Uktolseja, L. J. (2025). Penerapan metode Rapid Application Development pada sistem informasi Sipani Store. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 8–18.
- Manuhutu, M. A., Manuhutu, A., Manuhutu, M., Manurung, T., & Uktolseja, L. J. (2025). Penerapan metode Rapid Application Development pada sistem informasi Sipani Store. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1).
- Maria, V. M., Rizky, S. D., & Akram, A. M. (2024). Mengamati Perkembangan Teknologi dan Bisnis Digital dalam Transisi Menuju Era Industri 5.0. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3), 175–187.
- Muqorobin, M., Prakoso, A. S., Saputra, R. A., Mubarrock, W., & Atasofia, A. R. (2023). *Perancangan sistem informasi UMKM berbasis website Desa Manjung. Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Nisa, R., Zakir, A., & Elsera, M. (2024). *Sistem Informasi Pemasaran UMKM Kuliner Delitua Berbasis Web menggunakan metode Extreme Programming. Jurnal Media Informatika*.
- Sihotang, T., Manuhutu, M.A. (2021). *Design of chips promotion and sale website. Electro Luceat: Jurnal Teknik Elektro*, 7(2), 42–47.
- Suwandi, S., Hutabarat, M. P., Aldjudin, M. R., & Melania, L. (2025). Penerapan Teknologi Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Efisiensi Bisnis. *JEAP: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(2), 455–467.
- Taufiqurahman, M. R. et al. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi dalam Perkembangan Bisnis. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 5302–5307.
- Zulfikar, Z. (2024). *Perancangan dan Pengembangan Website Bisnis Digital untuk UMKM Kuliner. Jurnal Sains dan Ilmu Terapan*, 7(1), 1–12.