

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DAN MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM MELALUI APLIKASI KEDAIVERSE

Yasmine Alisyia Anlusiana Bilqis, Dini Larasati, Herianto Saputra,
Muhammad Sulthan Hanif Muflih, Salwa Sahira, Zitra Nafila

Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Informatika Sony Sugema
Dusun Karangmulya, RT.008/RW.004, Lemahmulya, Kec. Majalaya, Karawang Barat, Jawa Barat 41371
Bilqisyasmine62@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital yang semakin berkembang, saat ini banyak konsumen potensial yang lebih memilih *delivery order* karna memudahkan dalam memenuhi kebutuhan, sayangnya masih banyak pelaku sektor UMKM khususnya di daerah Gintung Kerta Klari, Kabupaten Karawang, mengalami kesulitan dalam memasarkan produk dan kurangnya akses ke teknologi di era digital. Untuk membantu mengatasi masalah ini, dikembangkan aplikasi *delivery online* bernama KedaiVerse yang bisa membantu UMKM memperluas pemasaran produk mereka secara online. Metode penelitian yang digunakan adalah Observasi, Wawancara dengan pelaku UMKM, dan Studi Pustaka untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Berdasarkan penelitian, aplikasi KedaiVerse terbukti memudahkan pelaku UMKM dalam mempromosikan dan menjual produk mereka. Aplikasi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi, khususnya bagi pelaku UMKM di daerah tersebut. Hasil yang diperoleh dari penggunaan sistem ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penjualan produk UMKM yang terdaftar di KedaiVerse, dengan rata-rata peningkatan omzet sebesar 30% dalam periode tiga bulan pertama setelah implementasi aplikasi.

Kata kunci : Aplikasi KedaiVerse, UMKM, Ekonomi, Pemasaran Produk.

1. PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya era digital, gaya hidup masyarakat menjadi semakin praktis, didukung oleh tingginya mobilitas dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mencari cara yang lebih efisien dalam memenuhi kebutuhan mereka. Perkembangan teknologi digital modern telah menghadirkan berbagai layanan yang mempermudah kehidupan masyarakat. Salah satu manfaat nyata dari kemajuan ini adalah kemudahan berbelanja kapan saja dan di mana saja melalui platform daring (*online shopping*).

Sejak kehadiran internet, jual beli secara daring telah menjadi tren baru di masyarakat. Banyak perusahaan berlomba menawarkan keunggulan produk dengan harga yang kompetitif kepada konsumen. Sistem penjualan daring ini memberikan banyak manfaat, baik bagi konsumen dalam bentuk kemudahan dan efisiensi maupun bagi perusahaan, yang dapat meraih keuntungan besar melalui peningkatan penjualan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi di Indonesia, termasuk di daerah Klari. UMKM tidak hanya berperan dalam penciptaan lapangan kerja tapi juga dalam penggerakan roda perekonomian lokal[1].

Namun, berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses pasar, modal, dan teknologi, seringkali menghambat potensi pertumbuhan mereka.

Gintung Kerta-Klari adalah sebuah Desa di Kabupaten Karawang, Jawa Barat, yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor pertanian, kerajinan tangan, dan perdagangan

lokal. Dari yang observasi yang kami lakukan di daerah Gintung Kerta-Klari ini, UMKM tersebut menghadapi beberapa masalah, seperti: Banyak UMKM di Klari masih mengandalkan pasar lokal dan tradisional untuk menjual produk mereka. Oleh karena itu konsumen yang mengetahui UMKM tersebut hanya berlokasi tidak jauh dari Klari atau hanya di beberapa bagian saja. Oleh karena itu dibuat nya Website KedaiVerse ini dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi UMKM di Klari[2].

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengiriman Pesanan (*Delivery Order*)

Pengiriman pesanan atau *delivery order* adalah salah satu layanan yang semakin populer di kalangan masyarakat. Layanan ini tidak hanya mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan, tetapi juga memberikan manfaat signifikan bagi perusahaan dalam meningkatkan angka penjualan. Di era modern saat ini, banyak orang lebih memilih memesan barang untuk diantar langsung ke lokasi mereka daripada harus datang dan membeli secara langsung[3].

2.2. Layanan Pengantaran Makanan (*Food Delivery order*)

Layanan pengantaran makanan atau *food delivery order* (FDO) merupakan salah satu solusi praktis bagi pecinta kuliner yang ingin menikmati makanan tanpa harus keluar rumah. Layanan ini juga menjadi pilihan tepat bagi individu dengan jadwal padat yang tidak memiliki waktu untuk mengunjungi restoran. FDO umumnya digunakan oleh restoran cepat saji sebagai

strategi untuk meningkatkan penjualan sekaligus memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Pelanggan hanya perlu menghubungi layanan FDO melalui pesan singkat atau panggilan telepon, lalu menunggu beberapa waktu hingga pesanan diantar langsung ke lokasi. Dengan cara ini, pelanggan dapat menghindari antrian panjang serta waktu tunggu yang terkadang membosankan.

2.3. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis mengacu pada berbagai referensi jurnal untuk memperkuat landasan teori yang digunakan dalam merumuskan penelitian ini. Studi yang dilakukan oleh penulis memiliki keterkaitan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai acuan dalam menyusun tulisan dan mencari solusi atas permasalahan yang dibahas. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Surya Hendra Putra SE,M.Kom, Yulia Endah Sari “Perancangan Sistem *Delivery Fastfood* Berbasis Web Dengan Metode Gis (*Geographic Information System*)”. [4]
Masalah : Pemesanan makanan dan minuman fastfood banyak yang masih menggunakan cara manual dengan menggunakan media telpon, dan pada saat pengiriman barang, alamat yang diberikan konsumen tidak lengkap dan jelas
Hasil : Dapat memudahkan konsumen dalam pemesanan dan pengantar/pengirim dapat mengetahui lokasi atau alamat dengan jelas.
- b. Petronela Kurniati Kondang, Candra Guidato[5] “ Perancangan Sistem Pesan Antar Makanan Berbasis Web Dengan Metode Waterfall.”
Masalah : Banyak terjadinya kesalahan dalam pemesanan yang terjadi karna banyaknya typo dalam penyampaian lewat chat, ataupun kurang jelas terdengar saat melakukan panggilan telepon.
Hasil : Memudahkan pemesanan dan pembayaran digital bagi pelanggan, serta meningkatkan efisiensi pelayanan dan pencatatan penjualan secara real-time.
- c. Z.P Utomo, M Z Zam, G Abimanyu, K A Simarmata, Y B D M Dasman, M R F Rahawarin, G L Pritalia[6] “ Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Pada Kedai Joglo Bolo Seno “
Masalah : Sistem pemasaran masih dilakukan secara manual yang hanya mengandalkan banner dipingir jalan sehingga sempitnya jangkauan pemasaran dan sistem pemasaran
Hasil : Membantu UMKM Joglo Bolo Seno dalam pemasaran dan menambah jangkauan pemasaran secara digital.
- d. R. Dewi Sulastriningsih, Srie Wijaya Kesuma Dewi, Yunika Komalasari, Ricky Firmansyah, Phitsa Maulina, Nanang Hunaiifi[7] “ Pelantihan Penerapan Online Food Delivery (OFD) Sebagai

Strategi Pemasaran Digital Usaha Mikro di Kedai Dimsum Roda Berkah.”

Masalah : Dikarenakan kedai beroperasi hanya 4 jam sehingga mempersempit waktu untuk mendapatkan pelanggan potensial dan keterbiasannya masyarakat menggunakan sosial media.

Hasil : Hal ini diharapkan dapat memperlancar dalam mendapatkan pelanggan potensial dari jam operasional yang hanya 4 jam dan menggaet pelanggan yang terbiasa membeli makanan menggunakan media sosial.

- e. Embun Fajar Wati[8]. “ Aplikasi Sistem Layanan Pesan Antar Makanan Berbasis Android Pada Kedai “

Masalah : Proses pemesanan yang memakan waktu dalam layanan

Hasil : Memudahkan pelanggan dan dalam perhitungan detail nota pemesanan yang jelas dan tepat.

2.4. Kesimpulan Tabel Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, seperti sistem pesan antar berbasis web atau aplikasi, sangat membantu dalam mempermudah proses pemesanan, mengurangi kesalahan komunikasi, dan memperluas jangkauan pemasaran. Secara keseluruhan, hasil dari yang kami teliti ini mendukung penggunaan teknologi digital untuk mempermudah pelayanan di usaha kuliner, membantu UMKM menjangkau lebih banyak pelanggan, serta memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan.

3. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian dalam pembuatan laporan pembuatan sistem KedaiVerse ini adalah:

3.1. Metode Observasi

Melakukan observasi langsung pada UMKM yang berada di daerah Gintung Kerta-Klari terutama di tempat-tempat yang berada di plosok yang dimana dengan adanya aplikasi KedaiVerse membantu UMKM yang berada di plosok lebih kenal atau masyarakat menjadi tahu.

3.2. Metode Wawancara

Melakukan proses tanya jawab dengan pihak yang terkait yaitu pihak UMKM yang berada di Gintung Kerta-Klari.

3.3. Metode Pustaka

Melakukan pengumpulan data dari buku-buku (perpustakaan) dan jurnal- jurnal dari internet yang berkaitan dengan pembahasan materi penelitian. Data yang dikumpulkan bersifat teori sebagai landasan dalam penulisan ilmiah ini. Penulisan Ilmiah ini disusun secara sistematis melalui beberapa tahap yaitu:

- Pengumpulan data/informasi.
- Perancangan Struktur aplikasi dan perancangan tampilan.
- Pembuatan aplikasi.

3.4. Metode Pengembangan sistem

Melakukan pengembangan system menggunakan Metode Waterfall. Pengembangan system secara berurutan dan tidak berubah-ubah. Dimulai dari Analisa, desain, pengkodean, pengujian, dan tahap pendukung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi delivery KedaiVerse dapat menjadi solusi yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM di daerah Gintung Kerta-Klari, Kabupaten Karawang. Temuan utama meliputi:

- Dengan KedaiVerse, UMKM yang sebelumnya mengandalkan pasar tradisional kini dapat memperluas jangkauan melalui platform digital, yang memungkinkan konsumen mengakses produk UMKM kapan saja.
- Penggunaan aplikasi memungkinkan UMKM menghemat biaya pemasaran dan waktu, terutama untuk UMKM di daerah pelosok yang sulit diakses.
- Pengguna dapat dengan mudah memesan produk melalui aplikasi, sejalan dengan tren masyarakat yang lebih menyukai layanan praktis dan delivery.

Aplikasi ini dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai basis data, yang menjamin efisiensi dan kemudahan dalam manajemen data produk dan transaksi pengguna. Proses pengembangan aplikasi juga diiringi dengan dokumentasi yang jelas, memastikan transparansi dalam tahapan analisis, desain, pembuatan, pengujian, dan implementasi program.

4.2. Pembahasan

Pembahasan jurnal ini berfokus pada tantangan utama yang dihadapi UMKM di Klari dan peran aplikasi KedaiVerse dalam mengatasi masalah tersebut:

- Banyak UMKM yang belum mengoptimalkan teknologi digital, sehingga KedaiVerse diharapkan membantu dalam meningkatkan literasi digital dan adaptasi teknologi untuk UMKM.
- UMKM biasanya bergantung pada pemasaran lokal, sementara KedaiVerse memfasilitasi pemasaran berbasis online sehingga produk UMKM bisa diakses oleh konsumen di luar daerah.
- Berdasarkan penelitian-penelitian serupa, penggunaan teknologi delivery untuk usaha kecil terbukti meningkatkan efektivitas pemasaran, sebagaimana ditunjukkan pada KedaiVerse yang

mampu mencakup pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

KedaiVerse juga dirancang untuk meningkatkan daya saing UMKM terhadap produk dari luar daerah. Adanya aplikasi ini diharapkan berkontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan mendukung keberlanjutan usaha UMKM dalam jangka panjang.

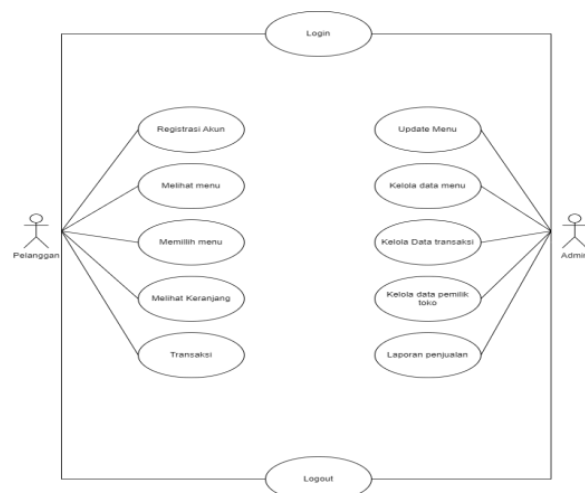
4.3. Perancangan sistem

Perancangan sistem merupakan tahap penting dalam siklus pengembangan perangkat lunak yang melibatkan pembuatan struktur sistem dan merencanakan bagaimana komponen-komponen sistem akan bekerja bersama. Tujuan utama dari perancangan sistem adalah untuk mengonversi kebutuhan fungsional dan non-fungsional yang dikumpulkan pada tahap analisis menjadi solusi teknis yang dapat diimplementasikan. Salah satu alat yang sangat berguna dalam perancangan sistem adalah Unified Modeling Language (UML).

UML (Unified Modeling Language) merupakan bahasa pemodelan standar yang digunakan untuk merancang sistem perangkat lunak. UML menyediakan serangkaian diagram yang menggambarkan struktur statis dan dinamis dari sistem perangkat lunak. UML tidak bergantung pada bahasa pemrograman tertentu, sehingga memungkinkan tim pengembang untuk menggambarkan sistem yang kompleks secara visual dan jelas. Dengan menggunakan UML, pengembang, analis, dan stakeholder lainnya dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang sistem yang sedang dikembangkan.

4.3.1. UseCase Diagram

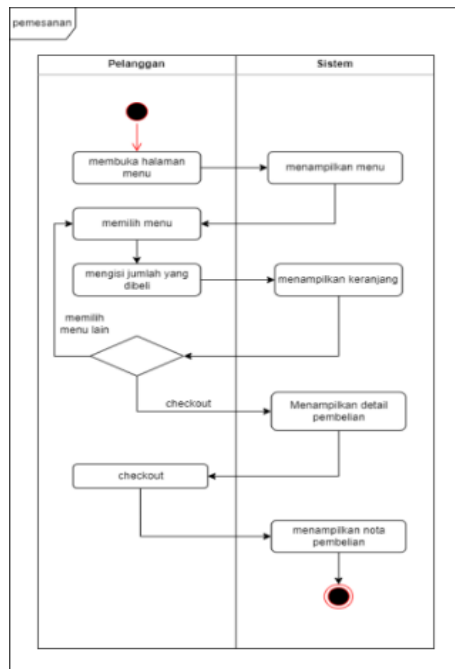
Berikut adalah UseCase Diagram Kedai Verse:



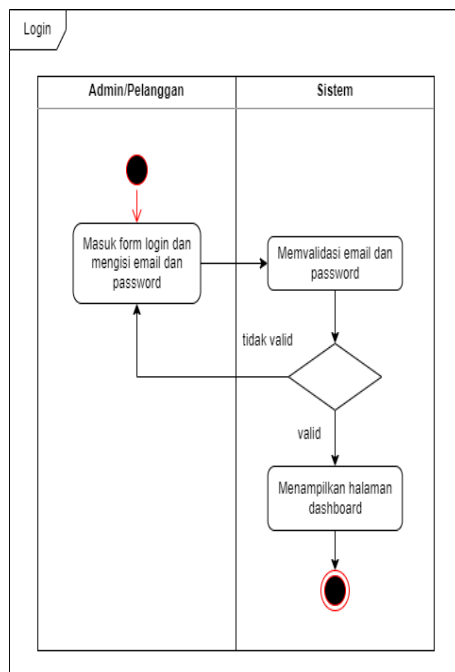
Gambar 1. UseCase Diagram Admin dan User

4.4. Activity Diagram

Berikut adalah Activity Diagram dari sistem informasi Delivery Online Shop berbasis web aplikasi KedaiVerse.



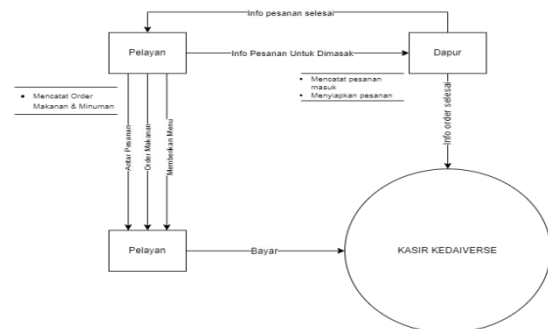
Gambar 2. Activity Diagram Pemesanan



Gambar 3. Activity Diagram Login

4.5. DFD (Data Flow diagram)

Diagram Alir Data (Data Flow Diagram atau DFD) berikut menggambarkan alur sistem yang sedang berjalan. Dalam sistem ini, seluruh proses mulai dari pemesanan hingga pembayaran masih dilakukan secara manual[9].

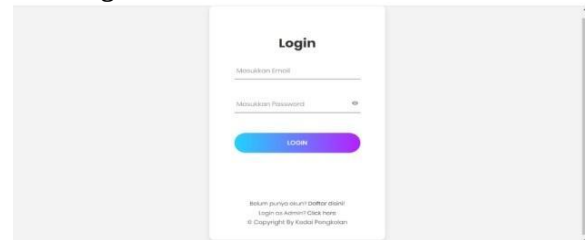


Gambar 4. Sistem yang berjalan

4.6. Implementasi Sitem

Dalam proses implementasi antarmuka sistem informasi delivery pada toko daring (online shop), sistem ini terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu frontend dan backend.

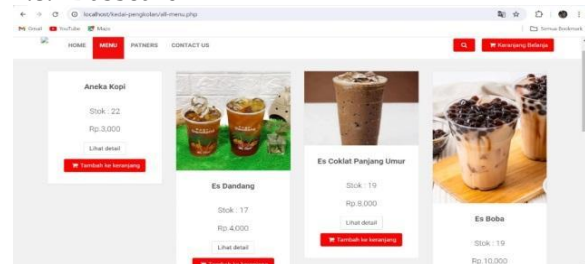
4.7. Login



Gambar 5. Tampilan Login

Pada halaman ini berisi tentang aktifitas pelanggan dan admin dalam melakukan login. Menggunakan username dan password yang sudah di registrasi. Login adalah halaman untuk mendapatkan hak akses masuk ke halaman dashboard sistem ini.

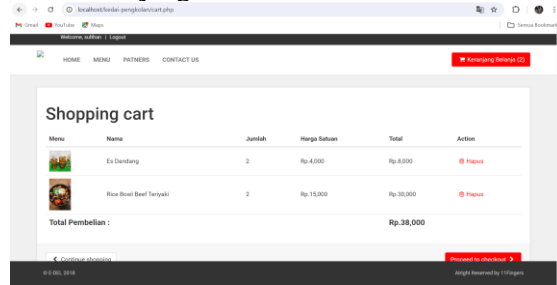
4.8. Dashboard



Gambar 6. Tampilan dashboard

Dashboard merupakan tampilan ringkasan dari keseluruhan sistem. Pada gambar 6 yaitu tampilan dashboard setelah pelanggan melakukan login, maka langsung di arahkan ke halaman dashboard. Dan di dashboard ini ada beberapa menu yaitu, home, menu, patners, dan kontak kami.

4.9. Keranjang Pemesanan

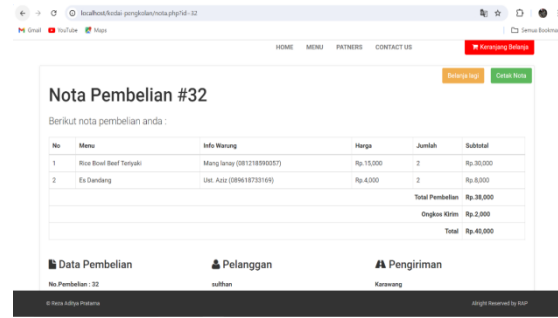


Gambar 7. Tampilan Keranjang pemesanan

Dalam halaman keranjang pemesanan ini menampilkan pesanan yang sudah di pesan pelanggan. Berisi jumlah produk yang di pesan, harga satuan dan total pembelian.

4.10. Nota Pembelian

Pada halaman nota pembelian ini berisi seluruh info pemesanan dan berisi aktifitas pelanggan untuk pembayaran/transaksi dan juga cetak nota.



Gambar 8. Tampilan Nota Pembelian

4.11. Pengujian Sistem

Pengujian pada sistem informasi delivery untuk toko daring ini dilakukan menggunakan metode black box[10].

Pengujian ini mencakup pengecekan seluruh fungsi dan fitur yang telah dikembangkan, untuk memastikan bahwa hasil dari setiap fungsi sesuai dengan yang diharapkan. Sistem diuji melalui peramban web (web browser) dengan mengakses sistem informasi delivery berbasis web. Hasil dari pengujian sistem yang telah dirancang disajikan dalam tabel berikut.

Table 1. Tabel Pengujian Sistem

Test Case	Prosedur yang dijalankan	Hasil yang diharapkan	Hasil
Login Pengguna	1. Masukkan username dan password 2. Klik tombol "Login"	Sistem berhasil login dan mengarahkan ke dashboard	Berhasil
Login Pengguna dengan kredensial salah	1. Masukkan username dan password salah 2. Klik tombol "Login"	Muncul pesan error "Username atau password salah"	Berhasil
Input Transaksi Penjualan	1. Masukkan produk 2. Masukkan jumlah dan harga 3. Klik "Tambah ke Keranjang"	Produk muncul dalam keranjang dengan total harga	Berhasil
Input Transaksi dengan stok kosong	1. Pilih produk yang stoknya kosong 2. Masukkan jumlah 3. Klik "Tambah ke Keranjang"	Muncul pesan "Stok tidak mencukupi"	Berhasil
Fitur Logout	1. Klik tombol "Logout"	Pengguna kembali ke halaman login	Berhasil
Laporan Penjualan Berdasarkan Tanggal	1. Pilih rentang tanggal 2. Klik "Lihat Laporan"	Menampilkan daftar transaksi pada rentang tanggal yang diminta	Berhasil
Fitur Reset Form Input	1. Isi form produk 2. Klik tombol "Reset"	Semua inputan ter-reset dan kembali ke nilai default	Berhasil

Tabel pengujian sistem ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap fitur dalam sistem bekerja sesuai dengan yang diharapkan. Pengujian mencakup login pengguna, input transaksi, validasi stok, logout, laporan penjualan, dan reset form. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik, seperti autentikasi pengguna yang sesuai, validasi stok yang mencegah transaksi dengan produk habis, serta laporan penjualan yang ditampilkan dengan benar. Dengan demikian, sistem telah memenuhi kebutuhan dasar pengguna, namun pengujian lanjutan dapat dilakukan untuk meningkatkan performa dan keamanan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi website KedaiVerse terbukti efektif sebagai solusi untuk memudahkan UMKM dalam

pemasaran produk serta mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian secara online. Melalui pengembangan aplikasi ini, penulis memperoleh pengetahuan yang berharga terutama dalam hal analisis dan pengembangan aplikasi berbasis teknologi digital. Observasi langsung di lapangan menunjukkan bahwa UMKM di daerah Gintung Kerta - Klari sangat banyak, tidak hanya di tempat wisata tetapi juga di daerah-daerah terpencil. Berdasarkan hasil analisis, aplikasi KedaiVerse dirancang untuk memenuhi kebutuhan transaksi e-commerce yang berkaitan dengan sektor penjualan makanan, dengan fokus pada kemudahan akses bagi konsumen dan pengusaha UMKM dalam berjualan. Oleh karena itu, disarankan agar para pengusaha UMKM di daerah tersebut lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti aplikasi KedaiVerse, untuk memperluas jangkauan

pemasaran produk mereka dan meningkatkan penjualan. Dengan adanya platform ini, konsumen dapat lebih mudah memesan produk secara online tanpa perlu datang langsung ke lokasi penjual.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Firmansyah, R. Dewi Sulastriningsih, Srie Wijaya Kesuma Dewi, Yunika Komalasari, Phitsa Mauliana, and Nanang Hunaifi, "Pelatihan Penerapan Online Food Delivery (OFD) Sebagai Strategi Pemasaran Digital Usaha Mikro di Kedai Makan Dimsum Roda Berkah," SAFARI J. Pengabd. Masy. Indones., vol. 3, no. 3, pp. 183–195, 2023, doi: 10.56910/safari.v3i3.653.
- [2] 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.
- [3] P. K. Kondang and C. Gudiato, "Perancangan Sistem Pesan Antar Makanan Berbasis Web Dengan Metode Waterfall (Studi Kasus: RM. Simpang Raya Bengkayang)," Agustus, vol. 3, no. 2, pp. 2962–5998, 2024.
- [4] I. Subekti, E. Setyawati, P. Studi, and S. Informasi, "Sistem Delivery Order Makanan Menggunakan Google Maps Application Programming Interface (API) Pada CV. SLCORP Berbasis Android," vol. 4, no. 1, pp. 10–17, 2024.
- [5] L. M. W. Satyaninggrat, P. D. N. Hamijaya, and K. Rahmah, "Analisis Pemodelan Data Flow Diagram pada Sistem Basis Data Wisata Kuliner di Kota Balikpapan," MALCOM Indones. J. Mach. Learn. Comput. Sci., vol. 3, no. 2, pp. 236–246, 2023, doi: 10.57152/malcom.v3i2.920.
- [6] Satyaninggrat, L. M. W., Hamijaya, P. D. N., & Rahmah, K. (2023). Analisis Pemodelan Data Flow Diagram pada Sistem Basis Data Wisata Kuliner di Kota Balikpapan. MALCOM Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science, 3(2), 236–246.
- [7] Zhang, Y., Zhang, X., & Zhang, Y. (2023). Pemodelan Signifikansi Kualitas Layanan Pengantaran Makanan Online terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Penggunaan Ulang. Frontiers in Public Health, 11, 10868767.
- [8] N. Maulana, Y. Fitri, Malahayatie, and Zulfahmi, "Implementasi Korporasi, Kapasitas Dan Pembiayaan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Perekonomian Di Aceh," Cendekia Niaga, vol. 7, no. 2, pp. 109–120, 2023, doi: 10.52391/jcn.v7i2.810.
- [9] Hidayah, I. N., Rohmah, N. F., & Saifuddin, M. (2021). Efektivitas Platform Digital sebagai Media Pemasaran Makanan dan Minuman Selama Pandemi COVID-19. Airlangga Journal of Innovation Management, 2(2), 122–130.
- [10] N. L. G. P. Suwirmayanti, I. K. A. A. Aryanto, I. G. A. N. W. Putra, N. K. Sukerti, and R. Hadi, "Penerapan Helpdesk System dengan Pengujian Blackbox Testing," J. Ilm. Intech Inf. Technol. J. UMUS, vol. 2, no. 02, 2020, doi: 10.46772/intech.v2i02.290.