

Implementasi Website E-Commerce pada UMKM Toko EMPING GACORR

Muhammad Andrea Maulana¹

¹Sistem informasi, Fakultas Teknik & Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

email: andre.xiaomi17@gmail.com¹

Abstract

This research aims to evaluate and analyze the implementation of e-commerce websites as marketing media for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) emping chip shops. By utilizing digital technology, MSMEs are expected to increase the visibility of their products, reach a wider market and increase sales.

Keyword: Application, E-commerce, Sales

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan menganalisis implementasi website e-commerce sebagai media pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) toko keripik emping. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Aplikasi, E-commerce, Penjualan

1. PENDAHULUAN

UMKM, khususnya toko keripik emping, dihadapkan pada tantangan bersaing di era digital. Implementasi website e-commerce menjadi strategi yang relevan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis dampak positif implementasi website e-commerce terhadap toko Emping Gacorr[1]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha atau industri kecil yang dioperasikan oleh sekelompok kecil masyarakat dengan kemampuan modal yang terbatas (Setyanto, dkk., 2012)[2]. Keterbatasan modal tersebut membuat pelaku usaha kecil menggunakan modal yang sudah ada untuk melakukan kegiatan produksinya seperti rumah sebagai lokasi dan peralatan rumah tangga sebagai alat produksinya[3]. Inovasi produksi yang baru tentunya sangat diperlukan dengan melihat keterbatasan tersebut untuk menciptakan suatu efisiensi dan efektivitas agar meminimalkan biaya atau modal dan memaksimalkan keuntungan usaha[4]. Di Indonesia banyak sekali UMKM yang berperan besar terhadap penciptaan lapangan pekerjaan dan sumber pendapatan, terutama di daerah pedesaan dan rumah tangga berpendapatan rendah. Menurut Berry, dkk. (2001) terdapat tiga alasan mengapa negara berkembang memandang penting adanya UMKM. Pertama adalah karena kinerja UMKM lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua adalah UMKM sering mencapai peningkatan produktivitas melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah karena UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar[5].

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada satu toko EMPING GACORR. Implementasi website e-commerce dilakukan dengan merancang dan mengembangkan platform online untuk menjual produk. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis statistik.

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 EMPING GACORR, 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 EMPING GACORR 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.



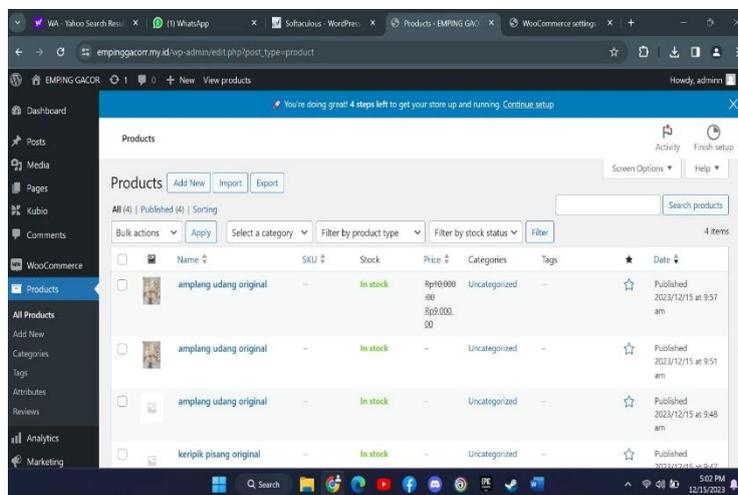
Gambar 2.1 kondisi umkm emping gacor

2. Analisa, Pada tahap analisa kami menganalisa hal apa saja yang dibutuhkan toko EMPING GACORR.

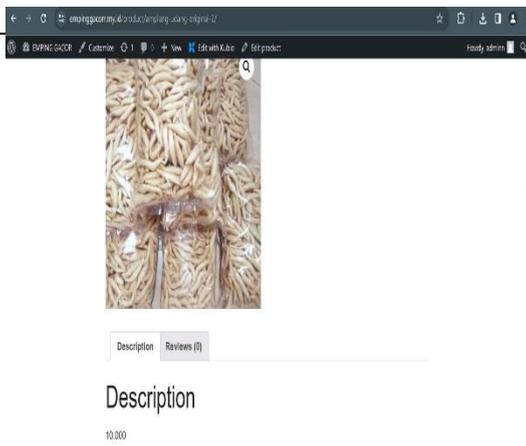
3. Pengembangan, Pada tahap pengembangan aplikasi akan dikembangkan berdasarkan analisa yang telah dibuat sebelumnya.

4. Pengujian dan implementasi, Pada tahap ini kami melakukan testing aplikasi dan setelah lulus testing aplikasi akan diimplementasikan di toko EMPING GACORR.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 3.1 website emping gacorrr



Gambar 3.2 produk emping gacorrr



Gambar 3.3 produk emping gacorrr

Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam aksesibilitas produk toko keripik emping setelah implementasi website e-commerce. Jumlah kunjungan pelanggan online meningkat, dan konversi penjualan melalui platform digital mengalami peningkatan yang memuaskan.

Detail Produk

Detail produk adalah menu untuk menampilkan informasi deskripsi lebih detail dari produk yang dijual. Dari sini pengguna dapat langsung membeli produk tersebut dengan mengklik add to cart dan dapat menjadikan produk tersebut produk favorit dengan mengklik add to whislist. Gambar 3.2 Detail produk.

4.KESIMPULAN

Implementasi website e-commerce pada toko keripik emping memberikan dampak positif pada pemasaran produk. UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan memperkuat keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan di toko Macro Distro, penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu :

1. EMPING GACORR 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 dan pelanggan akan datang kembali

Saran yang dapat kami berikan adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya aplikasi penjualan ini penulis berharap sistem yang telah dibuat dilakukan perawatan pada program tersebut, agar program dapat berjalan dengan baik dan bertahan lama

2. Sebaiknya program yang telah dibuat agar lebih dikembangkan lagi agar toko lebih maju dan lebih mengikuti perkembangan zaman

UCAPAN TERIMA KASIH

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

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. A. Rakhmawati, A. E. Permana, A. M. Reyhan, dan H. Rafli, "ANALISA TRANSAKSI BELANJA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19," *Jurnal Teknoinfo*, vol. 15, no. 1, hlm. 32, Jan 2021, doi: 10.33365/jti.v15i1.868.
- [2] Y. Ardi dan A. U. Hamdani, "PENERAPAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA ANIMAUX PET SHOP."
- [3] S. A. , I. M. S. and I. A. P. Pratiwi, "Rancang Bangun Aplikasi Sistem Pemesanan Bunga Berbasis Android," *MERPATI*, vol. 2, hlm. 10, 2014.
- [4] Wildan Fiqri, "Sistem Informasi Pelayanan Hewan Berbasis Web Pada Zoom Pet Care.," *UNIKOM repository*, hlm. 1-10, 2015.
- [5] C. H. D. Ahmadi, " E-Business & E-Commerce.," *ANDI*, hlm. 1-13, 2013.