

Implementasi Website E-Commerce sebagai media pemasaran pada Dmg Cafe Teluk kiambang

Ananda aulia Rahman¹,

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

*e-mail: anandaauliarahmann@gmail.com¹

Abstrak

Saat ini, teknologi informasi banyak digunakan di hampir semua bidang, termasuk yang berkaitan dengan pendidikan, perbankan, pemerintahan, dan pariwisata. e-Commerce adalah penggunaan teknologi informasi untuk mendukung aktivitas pembelian, penjualan, dan promosi produk. Website dapat dibangun dan diimplementasikan oleh UMKM dengan modal yang sesuai. Pemanfaatan E-Commerce merupakan langkah strategis guna meningkatkan keuntungan maupun pemasaran terutama saat diterapkan di Usaha Kecil Mikro pada sebuah kafe. Tujuan dari penelitian ini adalah mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh Kafe Dmg terkait pemasaran yang masih belum menggunakan E-Commerce serta pelaporan keuangan yang masih belum menggunakan teknologi informasi sehingga terkadang terjadi kehilangan data yang menghambat proses bisnis pada kafe tersebut..(Siregar, 2018)

Kata kunci: Aplikasi, E-commerce, Penjualan

Abstract

Currently, information technology is widely used in almost all fields, including those related to education, banking, government and tourism. e-Commerce is the use of information technology to support purchasing, selling and product promotion activities. Websites can be built and implemented by MSMEs with the appropriate capital. Utilizing E-Commerce is a strategic step to increase profits and marketing, especially when implemented in Micro, Small Businesses in a cafe. The aim of this research is to find a solution to the problems faced by Dmg Cafe related to marketing which still does not use E-Commerce and financial information reporting which still does not use technology so that sometimes data loss occurs which hampers business processes at the cafe..

Keywords: Applications, E-commerce, Sales

1. PENDAHULUAN

Di era modern sekarang, penerapan teknologi informasi sudah menjadi hal yang wajar. Perkembangan dunia teknologi informasi yang sangat pesat berdampak pada kegiatan sehari-hari masyarakat. Penggunaan teknologi informasi membantu kegiatan menjadi lebih efektif dan efisien, salah satunya pada bidang perdagangan dengan menggunakan e-commerce. E-commerce atau Perdagangan Online adalah suatu kegiatan jual, beli, pemasaran, dan penyebaran barang atau jasa yang dilakukan menggunakan jaringan internet.

Pemanfaatan E-Commerce dalam dunia usaha merupakan langkah strategis guna meningkatkan keuntungan maupun pemasaran. Dengan adanya dukungan dari berbagai platform serta perkembangan teknologi informasi, perkembangan ECommerce semakin pesat. Banyak pengusaha yang memanfaatkan E-Commerce guna memenangkan persaingan dalam usahanya.

kafe dmg bergerak dibidang kuliner. Kafe ini menyediakan menu utama berupa minuman yang diminati oleh para pemuda yaitu kopi dan ice cream. Banyaknya persaingan kafe yang ada di indragiri hilir membuat kafe ini perlu untuk dikembangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan para customer. Di samping dukung inovasi berbagai menu, tentu perlu didukung dengan inovasi teknologi informasi agar dapat menjangkau lebih banyak customer dan menarik minat customer untuk membeli menu di kafe tersebut. Pemanfaatan E-Commercediharapkan mampu meningkatkan keuntungan dan juga sebagai bentuk inovasi untuk memajukan kafe tersebut. Maka dari itu, sebuah perencanaan guna mencapai visi misi, solusi dalam menghadapi persaingan(Prayoga & Mubarok, 2021a)

2. METODE

1. Tahap Observasi dan Pengumpulan

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 kafe dmgKedua. Pengamatan (Observation), yaitu metode pengumpulandata dengan cara mengadakan tinjauan secara langsung ke objek yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang bersifat nyata dan meyakinkan maka penulis melakukan pengamatan langsung pada kafe dmg. 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 di b a h a s . (Tritama & Hamdani, 2022)



Gambar 1 Foto bersama owner

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

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 kafe dmg teluk kiambang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua tahapan selesai dikerjakan, maka didapatkan sebuah sistem informasi penjualan yang akan diimplementasikan di dmG cafe.

Pada Menu Dashboard

Dashboard merupakan halaman yang menampilkan kategori produk yang tersedia. Pengguna dapat mencari produk berdasarkan kategori produk yang tersedia



Gambar 2 List Produk

Detail produk adalah menu untuk menampilkan informasi deskripsi lebih detail dari produk yang dijual.



Gambar 3 Detail Produk

4. KESIMPULAN

Setelah menganalisa dan mempelajari sistem berjalan yang ada, penulis mendapatkan solusi pemecahan masalah yang ditawarkan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut : Menggunakan Strategi Marketing dan mengoptimalkan penggunaan media sosial serta kupon dapat membantu menyebarluaskan promosi. Informasi penjualan produk bulanan/tahunan dapat dibuat dengan mudah dengan memilih laporan apa yang diinginkan dan menentukan periode yang diinginkan. Sistem dengan mudah mengubah serta melacak status pengiriman barang. Sistem dengan mudah mengetahui informasi pemesanan produk yang dibeli oleh pelanggan. Dengan membuat katalog produk, pelanggan dapat mengetahui barang yang ditawarkan, dan dapat mengetahui barang apa yang ingin dibeli. Analisa dan perancangan dengan model website e-commerce yang sudah dibuat diharapkan dapat dikembangkan oleh badan usaha toko kafe untuk memudahkan pelanggan. Dengan adanya solusi-solusi tersebut proses bisnis akan terasa efisien, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menambah rasa kepercayaan pada pelanggan. Penelitian ini jauh dari kata sempurna, dalam penelitian selanjutnya dapat memberikan penambahan untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

Penulisan

- Efriyanti, M., Garaika, R. I., & Irviani, R. (2018). Analisis Implementasi Electronic Commerce Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Butik Mery Berbasis Web Mobile. *Jurnal Signaling*, 7(2), 45–51.
- Prayoga, R. A. S., & Mubarak, A. S. (2021a). Perancangan Strategi E-Commerce untuk Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Kafe XYZ Surabaya). *SATIN-Sains Dan Teknologi Informasi*, 7(2), 142–151.
- Prayoga, R. A. S., & Mubarak, A. S. (2021b). Perancangan Strategi E-Commerce untuk Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Kafe XYZ Surabaya). *SATIN-Sains Dan Teknologi Informasi*, 7(2), 142–151.
- Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15–21.
- Tritama, M. I., & Hamdani, A. U. (2022). Penerapan E-Commerce Berbasis E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Sebuah Kafe. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 1(1), 1344–1352.

[1]