

Pelatihan dan Implementasi Aplikasi P.O.S pada UMKM Dapoer Suryani Tembilihan

Ainur Rahmadina¹

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

*e-mail: ainurrahmadina@gmail.com¹

Abstrak

Pelatihan dan Implementasi Aplikasi P.O.S (Point of Sale) sebagai Media Pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dapoer Suryani Tembilihan UMKM, terutama di sektor kuliner, memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan mengoptimalkan proses penjualan. Salah satu solusi yang inovatif adalah menggunakan Aplikasi P.O.S sebagai media pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk melatih dan mengimplementasikan Aplikasi P.O.S pada Dapoer Suryani Tembilihan sebagai upaya meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Dengan adanya pelatihan dan implementasi Aplikasi P.O.S, UMKM Dapoer Suryani mengalami peningkatan dalam pelayanan pelanggan dan pengelolaan bisnis secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman praktis tentang manfaat penggunaan teknologi dalam mengoptimalkan operasional UMKM dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Pelatihan, UMKM, Pemasaran, Dapoer Suryani,

Abstract

Training and Implementation of the P.O.S (Point of Sale) Application as a Marketing Media for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Dapoer Suryani Tembilihan MSMEs, especially in the culinary sector, require effective marketing strategies to increase visibility and optimize the sales process. One innovative solution is to use the P.O.S Application as a marketing medium. This research aims to train and implement the P.O.S Application at Dapoer Suryani Tembilihan as an effort to increase operational efficiency and increase the competitiveness of MSMEs in the digital era. With the training and implementation of the P.O.S Application, MSME Dapoer Suryani experienced improvements in customer service and overall business management. This research contributes to a practical understanding of the benefits of using technology in optimizing MSME operations and increasing competitiveness in an increasingly competitive market.

Keywords: Training, UMKM, Marketing, Dapoer Suryani,

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner semakin dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan teknologi guna memperkuat daya saingnya. Pemanfaatan teknologi informasi, terutama Aplikasi Point of Sale (P.O.S), telah terbukti menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan mengimplementasikan Aplikasi P.O.S sebagai media pemasaran pada UMKM Dapoer Suryani di Tembilihan, menghadirkan solusi inovatif untuk mengoptimalkan proses bisnis dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompleks. [1]

Dapoer Suryani, sebagai salah satu UMKM di Tembilihan yang menjual berbagai macam oleh-oleh Khas Tembilihan, menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola operasional harian dan meningkatkan pangsa pasar. Dalam konteks ini, penerapan teknologi Aplikasi P.O.S dianggap sebagai langkah progresif yang dapat membantu dalam manajemen inventaris, pemantauan penjualan secara real-time, dan menyediakan platform untuk pemasaran lebih efektif. Dengan berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM di era digital, penelitian ini diinisiasi untuk memberikan dukungan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Meskipun potensi manfaat Aplikasi P.O.S cukup besar, masih terdapat ketidakpahaman atau hambatan dalam penerapannya di kalangan UMKM seperti Dapoer Suryani. Beberapa pertanyaan mendasar yang muncul meliputi sejauh mana pemahaman karyawan terhadap Aplikasi P.O.S, bagaimana penggunaannya dapat meningkatkan efisiensi operasional, dan bagaimana aplikasi ini dapat diintegrasikan sebagai alat pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, perumusan masalah ini menjadi landasan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai tantangan dan peluang implementasi Aplikasi P.O.S pada UMKM Dapoer Suryani.[2]

Penelitian ini bertujuan utama untuk memberikan pelatihan kepada karyawan Dapoer Suryani dalam penggunaan Aplikasi P.O.S serta mengimplementasikan aplikasi tersebut sebagai media pemasaran yang efektif. Dengan demikian, tujuan spesifik melibatkan peningkatan pemahaman karyawan terkait aplikasi, perbaikan dalam manajemen inventaris dan pemantauan penjualan, serta peningkatan daya saing Dapoer Suryani di pasar lokal dan mungkin melalui ekspansi online. Melalui pencapaian tujuan ini, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan teknologi sebagai pendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

2. METODE

Tempat Pengabdian

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di toko Dapoer Suryani Tembilahan. Toko ini beralamat di jalan Provinsi parit 3 Tembilhan, Indragiri Hilir, Riau. Pengabdian ini dilaksanakan pada bulan November 2023.

Dalam pengabdian ini menggunakan beberapa tahapan yaitu :

1. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menyelesaikan pengabdian ini, antara lain : Pertama: Wawancara (Interview), adalah suatu pengumpulan data yang biasa dilakukan dengan cara tanya jawab atau bisa juga berdialog langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan pengabdian yang dilakukan. Dengan cara penulis melakukan tanya jawab kepada pemilik Toko Dapoer Suryani, Kedua. Pengamatan (Observation), merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tinjauan secara langsung ke objek yang akan diteliti. Agar kita mendapat data yang bersifat nyata dan meyakinkan, maka penulis melakukan pengamatan langsung pada Toko Dapoer Suryani. Ketiga. Studi Pustaka. Guna mendapatkan data yang bersifat teoritis penulis perlu melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, makalah, jurnal atau pun referensi lain yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.[3]



2. Analisa, Dalam tal *Gambar 1 Wawancara dengan Owner Dapoer Suryani* hkan

3. Pengembangan, Dalam tahap pengembangan aplikasi akan dikembangkan berdasarkan analisa yang telah dibuat sebelumnya
4. Pengujian dan implementasi, Dalam tahap ini kami melakukan testing aplikasi dan setelah lulus testing aplikasi akan diimplementasikan di toko Dapoer Suryani



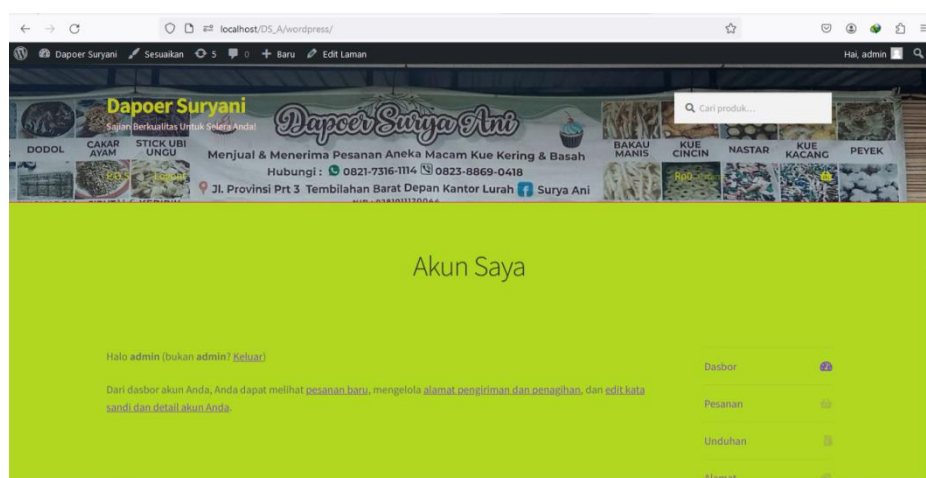
Gambar 2 Dokumentasi dengan Owner Dapoer Suryani

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua tahapan telah selesai dikerjakan, maka didapatkan sebuah sistem informasi penjualan yang akan diimplementasikan pada Dapoer Suryani

Menu Dashboard

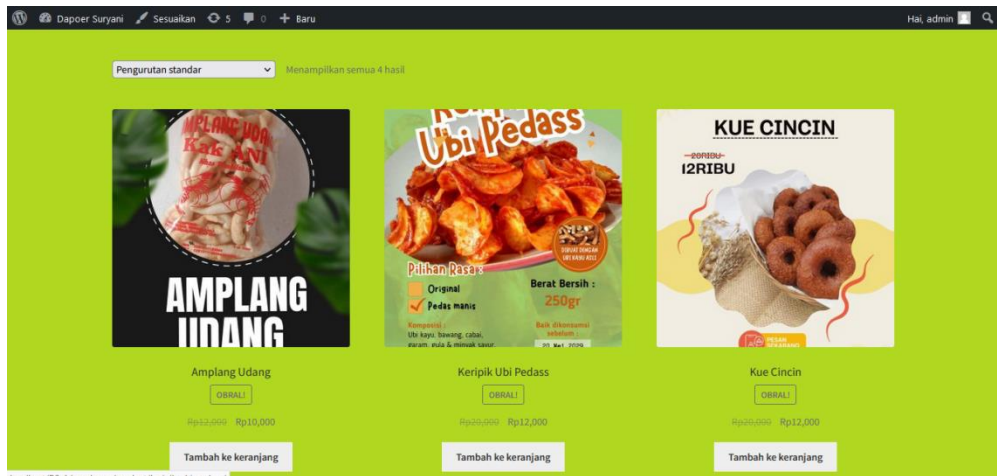
Dashboard ini merupakan halaman yang akan menampilkan kategori produk yang tersedia. Pengguna dapat mencari produk berdasarkan kategori produk yang telah tersedia[4]



Gambar 3 Tampilan Dashboard

Halaman Produk

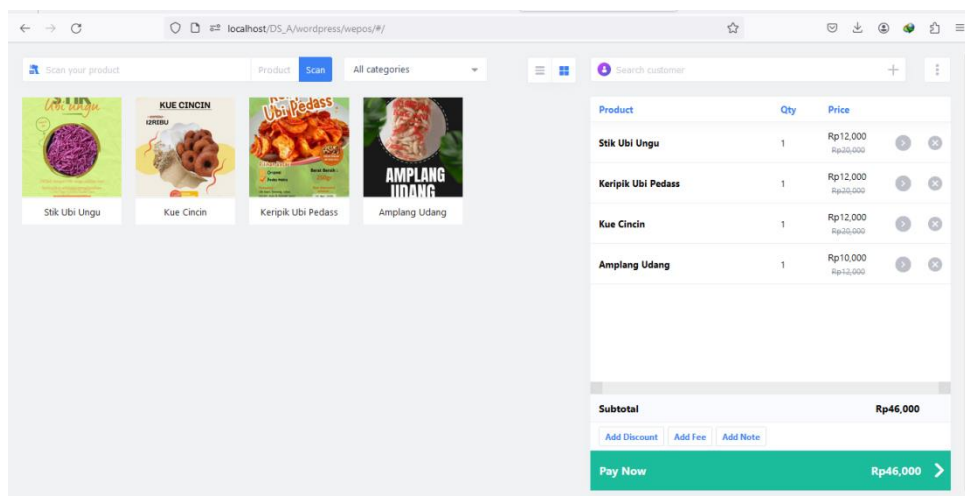
Halaman ini Produk pada UMKM Dapoer Suryani Tembilaan merujuk pada bagian atau sejumlah halaman di situs web yang didedikasikan untuk menampilkan informasi lengkap tentang produk-produk yang di tawarkan



Gambar 4 Halaman Produk Dapoer Suryani

Halaman Keranjang Belanja

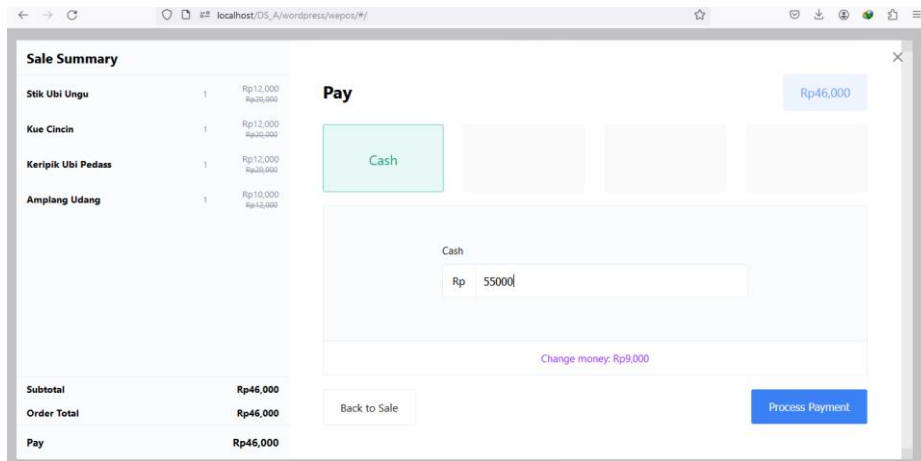
Halaman keranjang belanja ini merupakan halaman yang akan menampilkan barang/produk yang telah ditambah kan oleh customer kedalam keranjang belanja.[5]



Gambar 5 Halaman Keranjang Belanja

Halaman Checkout

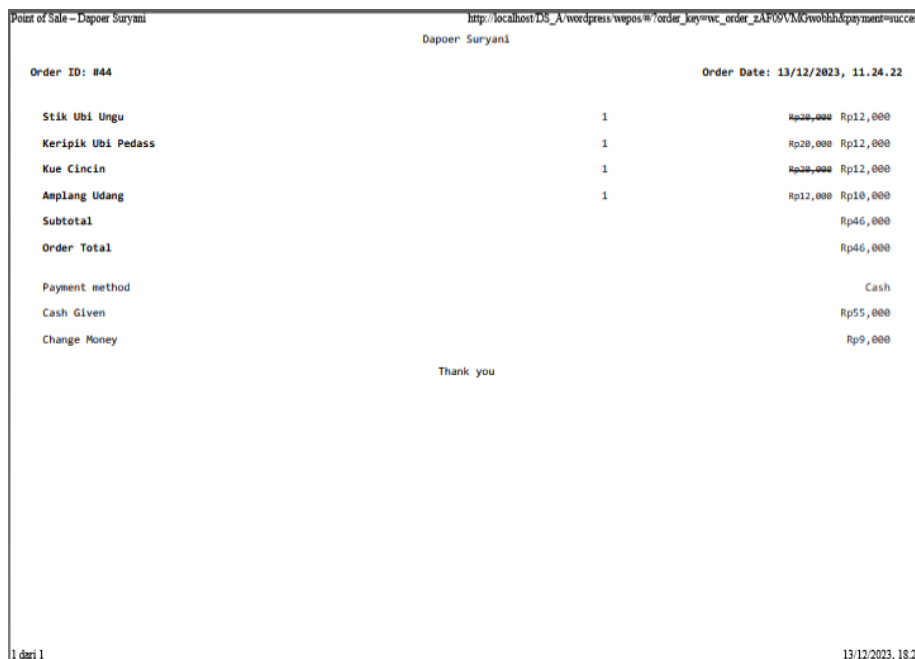
Halaman Checkout ini merupakan halaman yang berisikan tentang detail alamat pelanggan, metode pembayaran, beserta detail pesannya.



Gambar 6 Halaman Checkout

Bukti pembayaran

Bukti pembayaran dari Toko Dapoer Suryani merujuk pada dokumen atau rekam transaksi yang menunjukkan bahwa pembayaran telah dilakukan kepada Toko Dapoer Suryani sebagai konfirmasi pembelian barang atau layanan.



Gambar 7Bukti Pembayaran

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan di toko Nazwan Parfum, penulis dapat mengambil kesimpulan dari jurnal ini bahwa pelatihan dan implementasi aplikasi P.O.S dapat membawa manfaat signifikan bagi UMKM, seperti Toko Nazwan Parfum di Tembilahan, dalam

meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki layanan pelanggan, dan meningkatkan kinerja pemasaran.

REFERENSI

- [1] V. Elizagoyen and J. Pons, "Agen," *ADLFI. Archéologie la Fr. - Informations*, vol. 1, no. 1, pp. 32–43, 2008, doi: 10.4000/adlfi.2398.
- [2] L. Hanim, E. Soponyono, and M. Maryanto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *Pros. Semin. Nas. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.24967/psn.v2i1.1452.
- [3] M. Jibril, M. Amin, E. Pirnanda, and ..., "Pelatihan dan Implementasi Website E-Commerce sebagai media pemasaran pada UMKM Toko Macro Distro di Tembilahan," *J. ...*, vol. 1, no. 1, pp. 3–7, 2022, doi: 10.56854/jphb.v1i1.38.
- [4] M. Jibril *et al.*, "Pelatihan Dan Implementasi Website E - Commerce Sebagai Media," vol. 1, pp. 86–91, 2023.
- [5] C. H. Primasari and Y. P. Wibisono, "Implementasi dan pelatihan penggunaan point of sales pada UMKM Kotabaru Yogyakarta," *Masy. Berdaya dan Inov.*, vol. 3, no. 2, pp. 103–108, 2022.