

IMPLEMENTASI DAN PELATIHAN PAPANLIKASI P.O.S PADA UMKM TOKO AZWAN PARFUM TEMBILAHAN

Yuliati¹

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri
*e-mail: yuliati19mandah@gmail.com¹

Abstrak

Pengembangan bisnis toko azwan parfum di Tembilahan pada tahun 2022 berkembang kurang baik dikarenakan dampak pandemi covid. Dengan kurang berkembang nya penjualan toko azwan parfum maka dibutuhkan aplikasi point of sales untuk membantu proses promosi maupun dalam penjualan. Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian ini kami akan mengembangkan dan mengimplementasikan aplikasi point of sales pada toko azwan parfum agar semakin berkembang dan lebih dikenal oleh masyarakat sekitar. Dengan membuat aplikasi point of sales ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada toko azwan parfum.

Katakunci: aplikasi, e-commerce, penjualan.

Abstract

The development of the Azwan perfume shop business in Tembilahan in 2022 will not develop well due to the impact of the Covid pandemic. With the lack of development in Azwan perfume shop sales, a point of sales application is needed to help with the promotion process and sales. Therefore, in this service activity, we will develop and implement a point of sales application at the Azwan Perfume shop so that it continues to develop and is better known to the local community. By developing this point of sales application, it is hoped that it can increase sales at the Azwan Perfume shop.

Keywords: application, e-commerce, sale.

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian suatu negara. Sebagai bagian integral dari sektor ekonomi, UMKM tidak hanya menjadi sumber pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi katalisator untuk inklusi sosial dan pengentasan kemiskinan. Pada khususnya, UMKM di sektor perdagangan seperti Toko Azwan Parfum Tembilahan turut berkontribusi dalam memperkuat struktur ekonomi lokal. [1]

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM, termasuk Toko Azwan Parfum Tembilahan, adalah meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pemasaran. Sejalan dengan itu, implementasi dan pelatihan penggunaan Aplikasi Point of Sale (P.O.S) menjadi langkah strategis yang dapat mendukung peningkatan kinerja operasional dan memperkuat daya saing UMKM. Penelitian ini difokuskan pada implementasi dan pelatihan penggunaan Aplikasi P.O.S pada UMKM, dengan fokus khusus pada Toko Azwan Parfum Tembilahan. Aplikasi P.O.S bukan hanya sebuah alat teknologi, tetapi juga sebuah solusi integral yang dapat mengoptimalkan proses transaksi, manajemen inventaris, dan analisis penjualan. [2]

Melalui pemahaman mendalam terhadap tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Toko Azwan Parfum Tembilaan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak positif implementasi Aplikasi P.O.S terhadap efisiensi operasional, pengelolaan stok, dan peningkatan pelayanan pelanggan. Dengan merinci langkah-langkah pelatihan yang efektif, penelitian ini juga akan memberikan panduan praktis bagi UMKM sejenis dalam mengadopsi teknologi ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk mengembangkan strategi implementasi Aplikasi P.O.S yang sukses dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di sektor perdagangan. Sebagai kontribusi kepada literatur akademis dan praktisi bisnis, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pemahaman kita tentang peran teknologi dalam menggerakkan pertumbuhan UMKM di era digital ini.[3]

2. METODE

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di Toko azwan parfum Tembilaan. Toko ini beralamat di Jalan telaga biru, parit 8,depan DNH motor tembilaan Indragiri Hilir, Riau. Pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023.[4]

Pada pengabdian ini menggunakan beberapa tahapan yaitu : 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. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab kepada pemilik Toko Macro Distro, 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 azwan parfum. 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.



Gambar1 Wawancara dengan Owner Azwan Parfum

2. Analisa, Dalam tahap analisa kami menganalisa hal apa saja yang dibutuhkan
3. Pengembangan, Dalam tahap pengembangan aplikasi akan dikembangkan berdasarkan analisa yang telah dibuat sebelumnya

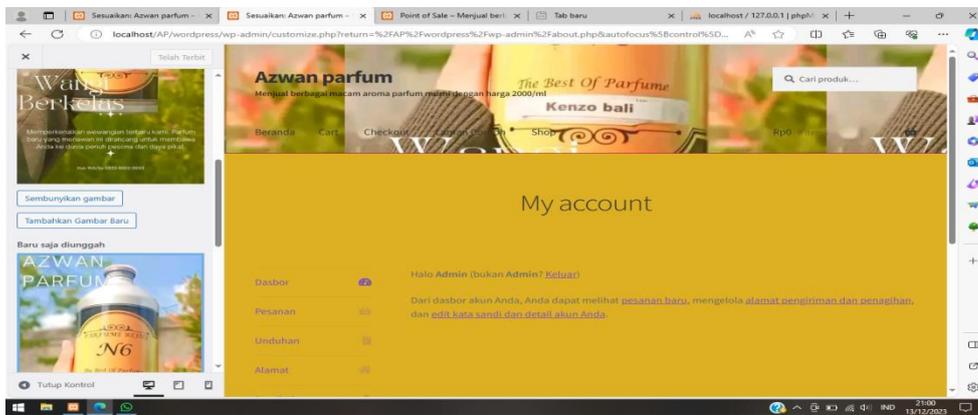
4. Pengujian dan implementasi, Dalam tahap ini kami melakukan testing aplikasi dan setelah lulus testing aplikasi akan diimplementasikan di toko Azwan Parfum

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua tahapan telah selesai dikerjakan, maka didapatlah sebuah sistem informasi penjualan yang akan diimplementasikan pada toko Azwan Parfum.

Menu Dashboard

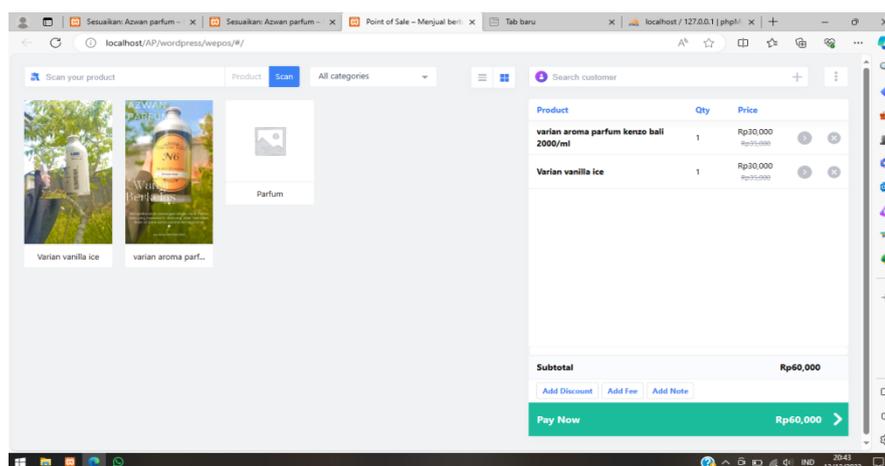
Dashboard merupakan halaman yang akan menampilkan kategori produk yang tersedia. Pengguna dapat mencari produk berdasarkan kategori produk yang telah tersedia.[5]



Gambar2.Tampilan Dasboard

Halaman Keranjang Belanja

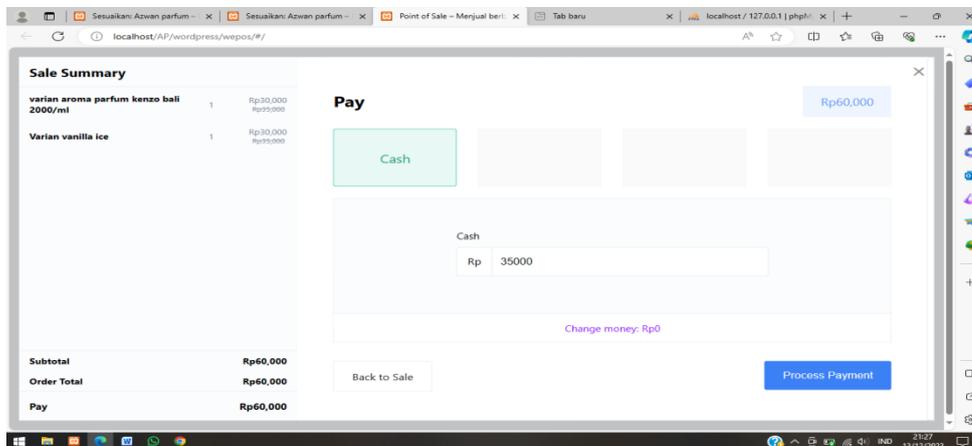
Halaman keranjang belanja ini merupakan halaman yang akan menampilkan barang/produk yang telah ditambah kan oleh customer kedalam keranjang belanja.[6]



Gambar3. Halaman keranjang belanja

Halaman Checkout

Halaman Checkout ini adalah halaman yang berisikan tentang detail alamat pelanggan, metode pembayaran, beserta detail pesannya.[7]



Gambar4. Halaman Checkout

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan di toko Azwan Parfum, dapat diambil kesimpulan dari jurnal ini bahwa pelatihan dan implementasi aplikasi P.O.S dapat membawa manfaat signifikan bagi UMKM, seperti Toko Azwan Parfum di Tembilaan, dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki layanan pelanggan, dan meningkatkan kinerja pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memohon maaf atas segala kekurangan terhadap jurnal yang telah dibuat dan penulis berterimakasih atas segala bantuan dari semua pihak atas data dan informasi yang diperoleh untuk pembuatan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Evasari et al., 2019; Jibril et al., 2022; Prasetyo, Novian Adi ; Bahtiar, Arief Rais; Febriani, Atik; Saputra, 2023; Rachman & Cecep Muhamad Sidik Ramdani, 2016; Setiawan, 2018)Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- [2]Jibril, M., Amin, M., Pirnanda, E., & ... (2022). Pelatihan dan Implementasi Website E-Commerce sebagai media pemasaran pada UMKM Toko Macro Distro di Tembilaan. *Jurnal ...*, 1(1), 3-7. <https://doi.org/10.56854/jphb.v1i1.38>
- [3]Prasetyo, Novian Adi ; Bahtiar, Arief Rais; Febriani, Atik; Saputra, W. A. (2023). Penerapan Aplikasi Point of Sales pada UMKM Forum Ecoprint Purbalingga. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 7(1), 17-22. <https://doi.org/10.22437/jkam.v7i1.21453>
- [4]Rachman, A. N., & Cecep Muhamad Sidik Ramdani. (2016). IBM PELATIHAN PEMANFAATAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN GLOBAL UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN

PRODUK KELOM GEULIS (Studi Kasus: UKM kelom geulis Tamansari Tasikmalaya). *Jurnal Siliwangi*, 2(1), 64–68. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jps/article/view/59>

- [5]Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2), 106–110.
<https://doi.org/10.36982/jam.v2i2.531>