

# Pelatihan dan Implementasi Aplikasi P.O.S sebagai media pemasaran pada UMKM Toko Putostore Cosmetic Tembilahan

Marliyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

\*e-mail: liamarlia749@gmail.com<sup>1</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pelatihan dan implementasi aplikasi Point of Sale (P.O.S) sebagai media pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Toko Puto Store Cosmetic di Tembilahan. Metode pelatihan melibatkan pemahaman konsep P.O.S, penggunaan aplikasi, dan strategi pemasaran terkait. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang efektivitas penggunaan aplikasi P.O.S dalam meningkatkan kinerja dan pemasaran UMKM kosmetik. Implementasi aplikasi P.O.S diharapkan dapat membantu UMKM Toko Puto Store Cosmetic untuk mengelola transaksi dengan lebih efisien, meningkatkan kualitas layanan pelanggan, dan memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman praktis dan strategis penggunaan teknologi dalam mendukung pertumbuhan UMKM di sektor kosmetik.

**Kata kunci:** Aplikasi P.O.S, UMKM, Media Pemasaran

## Abstract

*This research aims to investigate training and implementation of the Point of Sale (P.O.S) application as a marketing medium for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Toko Puto Store Cosmetic in Tembilahan. The training method involves understanding P.O.S concepts, application usage, and related marketing strategies. The results of this research are expected to provide better insight into the effectiveness of using the P.O.S application in improving the performance and marketing of cosmetic MSMEs. The implementation of the P.O.S application is expected to help the Puto Store Cosmetic MSMEs to manage transactions more efficiently, improve the quality of customer service, and expand marketing reach via digital platforms. Thus, this research contributes to the practical and strategic understanding of the use of technology in supporting the growth of MSMEs in the cosmetics sector.*

**Keywords:** Point of Sale (P.O.S) Application, MSMEs, Marketing Media

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai sektor bisnis dihadapkan pada tantangan untuk terus beradaptasi dan mengadopsi inovasi teknologi guna meningkatkan daya saing mereka. Salah satu sektor UMKM yang turut merasakan dampak positif dari transformasi digital adalah industri parfum. Toko Puto Store Cosmetic Tembilahan, sebagai salah satu UMKM di bidang ini, menyadari pentingnya menggabungkan teknologi dalam strategi pemasaran mereka. [1]

Dalam konteks ini, Pelatihan dan Implementasi Aplikasi P.O.S (Point of Sale) dianggap sebagai langkah strategis untuk memodernisasi sistem penjualan dan mengoptimalkan pengelolaan bisnis di Toko Puto Store Cosmetic. Aplikasi P.O.S menjadi pilihan yang tepat karena mampu menyederhanakan proses transaksi, mengelola inventaris, dan memberikan informasi yang akurat terkait kinerja bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak pelatihan dan implementasi Aplikasi P.O.S sebagai media pemasaran terhadap efisiensi operasional dan perkembangan bisnis UMKM Toko Puto Store Cosmetic. Melalui pendekatan penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi inovatif untuk meningkatkan daya saing Toko Puto Store Cosmetic di pasar yang semakin kompetitif. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang integrasi teknologi dalam UMKM, khususnya dalam konteks aplikasi P.O.S sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan demikian, tulisan ini

tidak hanya memberikan kontribusi pada literatur akademis, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat membantu UMKM sejenis dalam menghadapi era digital ini. [2]

## 2. METODE

### Tempat Pengabdian

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di toko Puto Store Cosmetic Tembilahan. Toko ini beralamat di Jl.Pintu Air. 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 Puto Store Cosmetic , 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 Puto Store Cosmetic. 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]



*Gambar. Wawancara dengan Owner Puto Store Cosmetic*

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 Puto Store Cosmetic.[4]



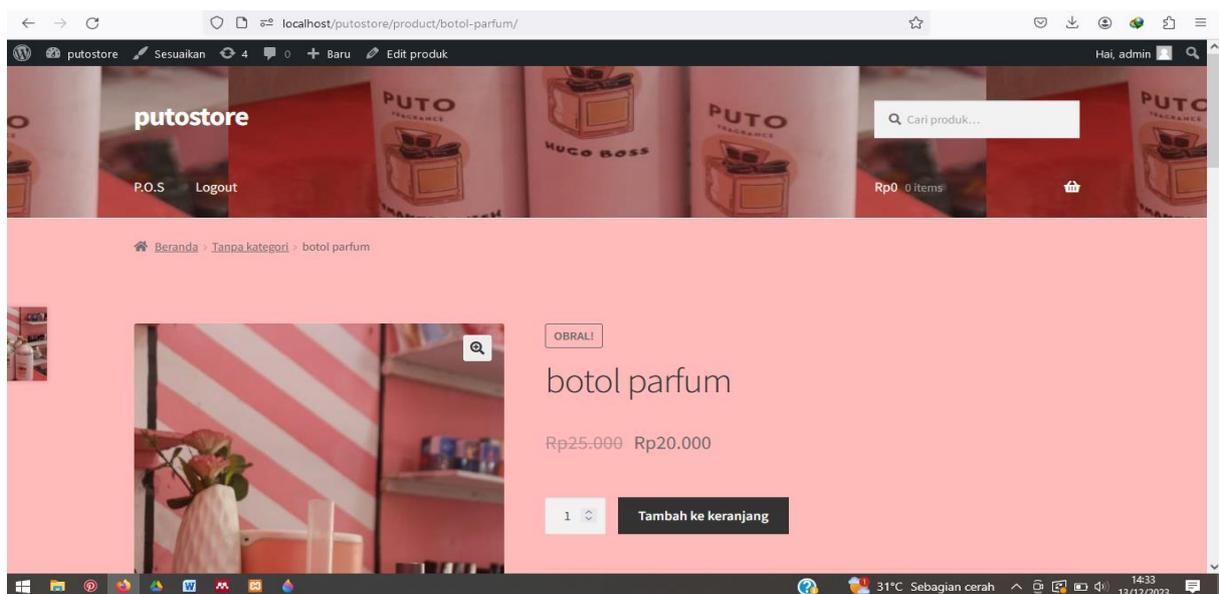
Gambar. Dokumentasi dengan Owner Puto Store Cosmetic

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua tahapan telah selesai dikerjakan, maka didapatkan sebuah sistem informasi penjualan yang akan diimplementasikan pada toko Puto Store Cosmetic.[5]

#### Menu Dashboard

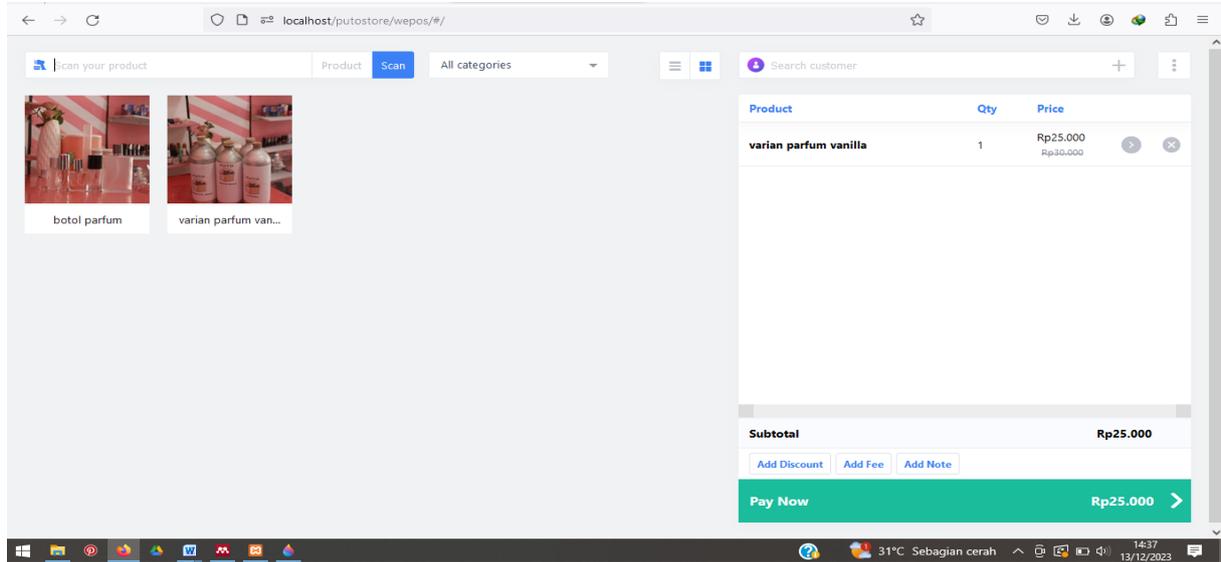
Dashboard merupakan halaman yang akan menampilkan kategori produk yang tersedia. Pengguna dapat mencari produk berdasarkan kategori produk yang telah tersedia.



Gambar. Tampilan Dashboard

### Halaman Keranjang Belanja

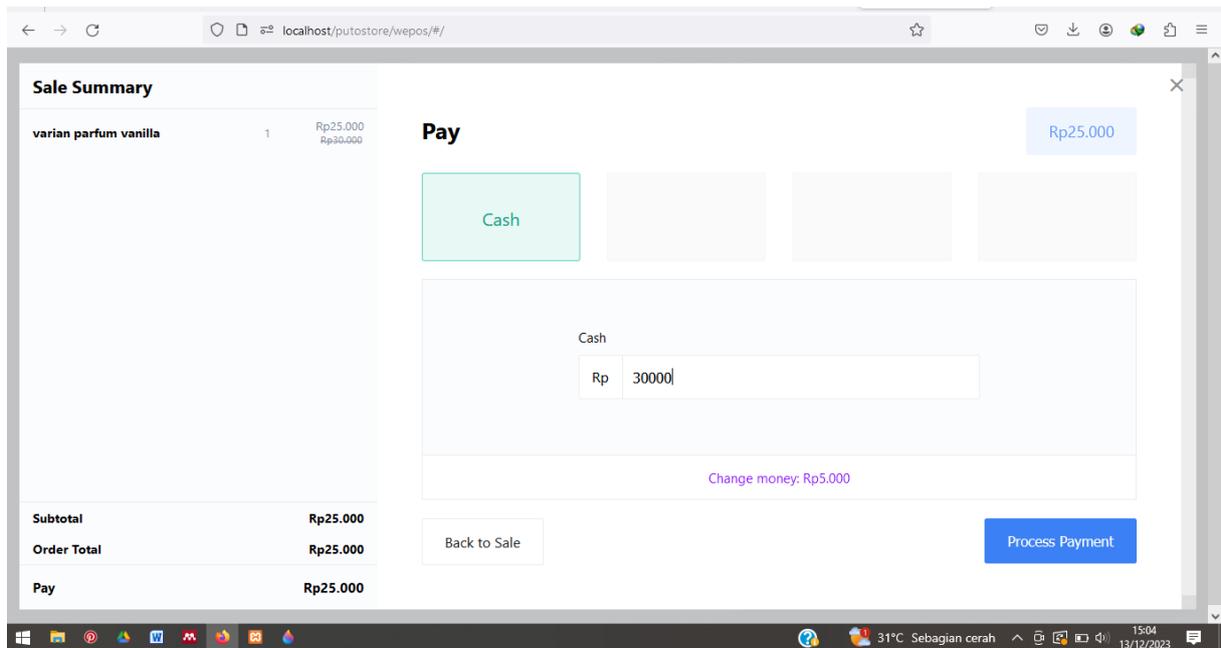
Halaman keranjang belanja ini merupakan halaman yang akan menampilkan barang/produk yang telah ditambah kan oleh customer kedalam keranjang belanja.



Gambar. Halaman keranjang belanja

### Halaman Checkout

Halaman Checkout ini adalah halaman yang berisikan tentang detail alamat pelanggan, metode pembayaran, beserta detail pesanannya.



Gambar. Halaman Checkout

## Halaman Transaksi Pembayaran

Halaman Transaksi ini adalah halaman yang berisikan tentang informasi terkait proses pembelian atau penukaran barang dan layanan.



Gambar. Halaman Transaksi 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 menggunakan teknologi ini dengan meningkatkan efisiensi operasional toko, mempermudah pencatatan transaksi, dan memungkinkan analisis data untuk pengambilan keputusan yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] A. D. Evasar, Y. B. Utomo, D. Ambarwati, and U. I. Kadiri, "Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih , Kabupaten Kediri," vol. 1, no. 2, 2019.
- [3] B. Afriansyah, U. Niarti, and T. Hermelinda, "Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (Sak Emkm)," *J. Saintifik (Multi Sci. Journal)*, vol. 19, no. 1, pp. 25–30, 2021, doi: 10.58222/js.v19i1.99.
- [4] Aliffianti Safiria Ayu Ditta and A. Dea Candrani, "Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Implementasi Point of Sales Pada UMKM Kota Madiun," *Soc. J. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 36–46, 2023, doi: 10.37802/society.v4i1.366.
- [5] P. dan A. G. Kotler, "Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 537, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/view/353>