

IMPLEMENTASI POINT OF SALE BERBASIS WEBSITE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA JASA USAHA MAKANAN KATERINGQ DI TEMBILAHAN

Riski setiawan¹

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

*e-mail: phoenixmonster38@gmail.com¹

Abstrak

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah memicu perubahan signifikan dalam strategi pemasaran bisnis, khususnya di sektor jasa seperti industri makanan catering. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami dampak penggunaan website sebagai alat pemasaran dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha makanan catering di Tembilahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif. Melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha catering, survei kepada pelanggan, dan analisis data statistik, penelitian ini menggali persepsi, preferensi, dan dampak implementasi website pada keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, melalui studi kasus beberapa usaha catering yang telah mengadopsi website sebagai media pemasaran, penelitian ini memperoleh wawasan mendalam tentang tantangan yang dihadapi dan keberhasilan yang dicapai dalam mengadopsi teknologi ini. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa implementasi website mampu meningkatkan aksesibilitas informasi, memfasilitasi pemesanan online, dan menciptakan interaksi yang lebih langsung dengan pelanggan. Pemilik usaha catering di Tembilahan menemui berbagai manfaat, termasuk peningkatan penjualan dan pembentukan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui platform digital.

Kata kunci: web e-commerce, jasa usaha, catering

Abstract

The growth of information and communication technology has triggered significant changes in business marketing strategies, especially in the service sector such as the catering food industry. The main focus of this research is to understand the impact of using websites as a marketing tool in increasing the visibility and competitiveness of catering food businesses in Tembilahan. This research uses a combination approach between qualitative and quantitative methods. Through in-depth interviews with catering business owners, customer surveys, and statistical data analysis, this research explores perceptions, preferences, and the impact of website implementation on customer purchasing decisions. In addition, through case studies of several catering businesses that have adopted websites as marketing media, this research obtains in-depth insight into the challenges faced and the successes achieved in adopting this technology. The results of this research reveal that website implementation is able to increase information accessibility, facilitate online ordering, and create more direct interactions with customers. Catering business owners in Tembilahan are experiencing a variety of benefits, including increased sales and the formation of closer relationships with customers through digital platforms.

Keywords: e-commerce website, business services, catering

1. PENDAHULUAN

Katering merupakan istilah umum untuk usaha yang melayani pemesanan berbagai macam makanan dan minuman siap saji untuk pesta maupun kebutuhan dalam suatu instansi dengan skala yang besar. Industri jasa boga atau usaha catering saat ini telah berkembang sangat pesat.[4]. cateringq didirikan sebagai solusi dari kebutuhan konsumen yang akan melakukan berbagai acara, cateringq berlatar di Jln. Skb Ir. Tasik beringin, dengan tim yang cukup untuk menghandle acara, dibekali pengalaman yang baik pemilik cateringq belum cukup untuk menjemput pelanggannya, dikarenakan pemasaran yang kurang sehingga target pasar

tidak memenuhi, agar target penjualan terpenuhi, maka pemasaran dilakukan dengan cara membuat website e-commerce berharap sebagai penyedia usaha jasa makanan ini mampu membuat produknya terjangkau lebih luas. Memanfaatkan teknologi sebagai suatu langkah strategis yang bisa dilakukan oleh UKM sebuah kedai kopi untuk meningkatkan layanan, keuntungan serta pelaporan keuangan[2] Pertumbuhan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu dampak yang paling mencolok adalah transformasi dalam dunia bisnis, terutama dalam sektor jasa seperti industri makanan katering. Keberadaan internet dan implementasi teknologi e-commerce telah memberikan peluang baru dan mengubah paradigma tradisional dalam pemasaran usaha makanan katering. Dalam konteks ini, penelitian ini berfokus pada "Implementasi Website sebagai Media Pemasaran pada Jasa Usaha Makanan Katering di Tembilahan." Tembilahan, sebagai sebuah wilayah yang terus berkembang, menciptakan peluang serta tantangan unik dalam dunia usaha makanan. Para pelaku usaha katering di Tembilahan dihadapkan pada kebutuhan untuk berinovasi dalam strategi pemasaran guna menjawab tuntutan pasar yang semakin dinamis. Dalam hal ini, website sebagai media pemasaran menjanjikan akses yang lebih luas, peningkatan visibilitas, dan pemberian nilai tambah kepada pelanggan. Melalui implementasi website, pelaku usaha makanan katering dapat menyajikan layanan mereka secara efisien dan efektif kepada khalayak lebih luas. Kemudahan dalam mengakses informasi, kemampuan untuk melakukan pemesanan secara online, dan interaksi langsung dengan pelanggan melalui platform digital, semuanya menjadi faktor kunci dalam memperkuat kehadiran dan daya saing usaha katering di pasar lokal. Dalam rangka memahami dampak dan potensi penuh dari implementasi website sebagai media pemasaran, penelitian ini akan menjelajahi berbagai aspek, termasuk preferensi pelanggan terhadap penggunaan platform online, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pemilik usaha katering dalam memanfaatkan teknologi ini. Pengertian dari Point Of Sale (POS) yaitu merupakan kegiatan yang berorientasi pada penjualan serta sistem yang membantu proses transaksi. [3] Langkah-langkah menuju transformasi digital dalam industri makanan katering di Tembilahan tidak hanya menciptakan perubahan pada tingkat operasional, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya literatur tentang strategi pemasaran dalam konteks usaha makanan katering dan memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di wilayah Tembilahan.

E-commerce sangat memungkinkan penjual untuk memasarkan produknya secara cepat, mudah dan gratis. Dengan meng-upload foto dan mendeskripsikan produk yang didukung dengan recent update iklan yang muncul, tersedianya contact link dan tersedianya kontrol kualitas terhadap iklan penawaran barang dan jasa, iklan gratis bagi para pengguna dan cakupan wilayah iklan di seluruh Indonesia serta masih banyak yang lainnya[1]

2. METODE PENELITIAN

lokasi pengabdian dilaksanakan di salah satu pemilik jasa usaha katering, beralamat di jln. SKB Lr. Tasik beringin pada bulan 10 desember yang bernama Kateringq. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif. Melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha katering, survei kepada pelanggan, dan analisis data statistik, penelitian ini menggali persepsi, preferensi, dan dampak implementasi website pada keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, melalui studi kasus beberapa usaha katering yang telah mengadopsi website sebagai media pemasaran, penelitian ini memperoleh wawasan mendalam tentang tantangan yang dihadapi dan keberhasilan yang dicapai dalam mengadopsi teknologi ini. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa implementasi website mampu meningkatkan aksesibilitas informasi, memfasilitasi pemesanan online, dan menciptakan interaksi yang lebih langsung dengan pelanggan. Pemilik usaha katering di Tembilahan menemui berbagai manfaat, termasuk

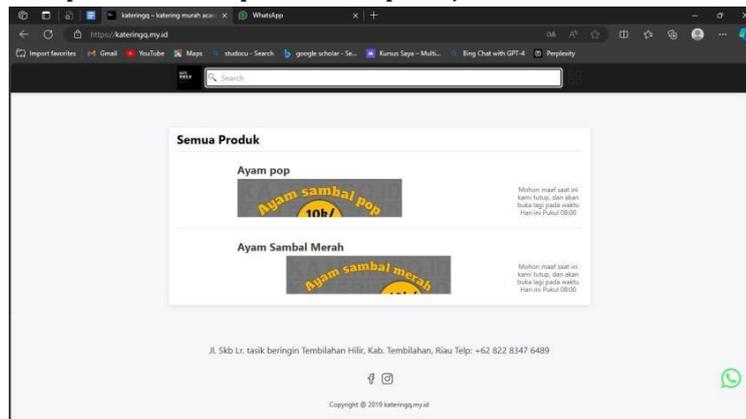
peningkatan penjualan dan pembentukan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui platform digital. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, seperti kurangnya pengetahuan teknologi dan keprihatinan terkait keamanan data pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis untuk meminimalkan hambatan tersebut dan memaksimalkan potensi website sebagai alat pemasaran yang efektif dalam konteks usaha makanan katering di Tembilahan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih baik tentang peran website dalam pemasaran jasa usaha makanan katering, memberikan kontribusi pada literatur akademis, dan memberikan arahan praktis kepada pemilik usaha untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam upaya pemasaran mereka. Melakukan wawancara langsung kepada salah satu pengelola kateringq



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

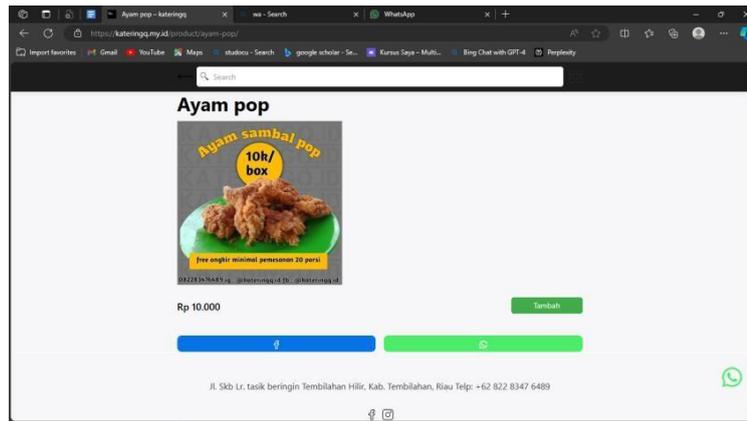
Setelah semua langkah-langkah diselesaikan, maka menghasilkan sebuah Aplikasi POS yang akan diterapkan pada jasa usaha makanan di kateringq.

1. Tampilan utama Aplikasi POS pada jasa usaha makanan kateringq



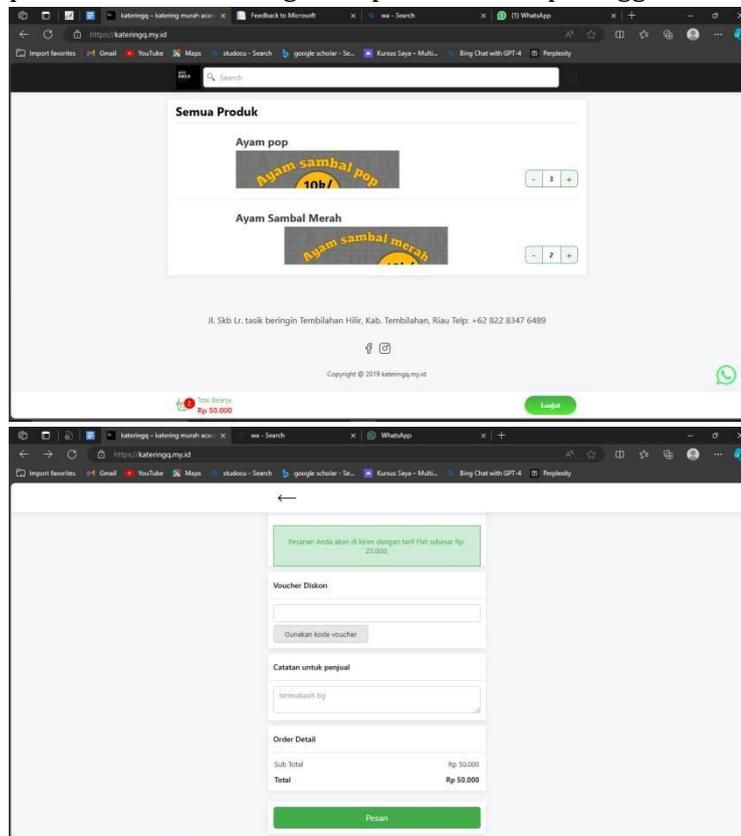
Gambar 3.1 Tampilan utama

2. Pada gambar ini menampilkan detail produk dari web kateringq



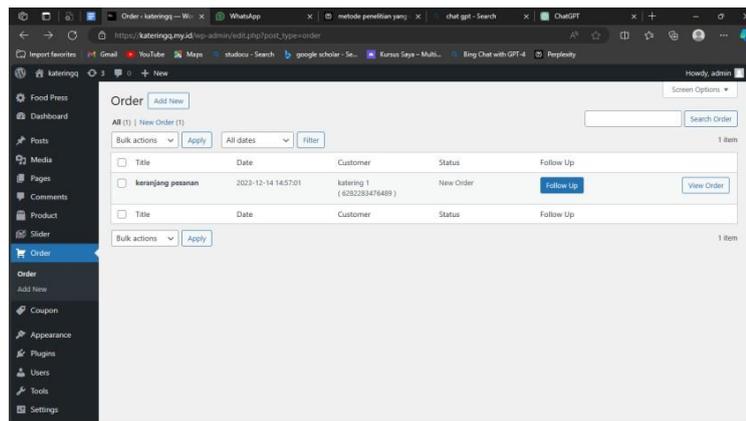
Gambar 3.2 detail Produk

3. Produk yang telah dipesan oleh pelanggan akan di proses transaksinya oleh pemilik toko dan mengantar produk itu ke pelanggan.



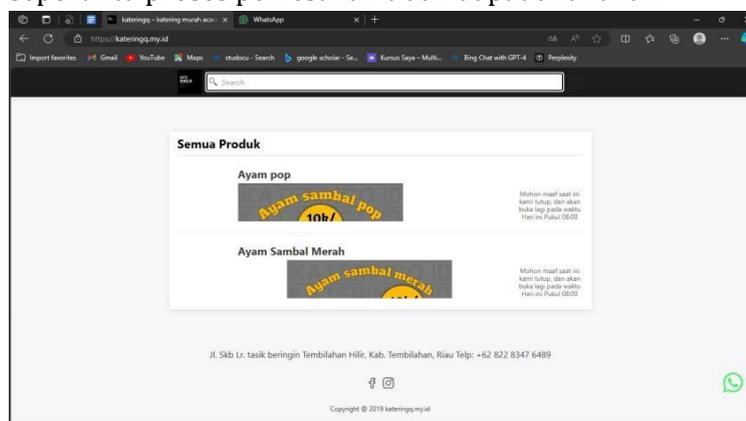
Gambar 3.3 Proses Transaksi Produk Pelanggan

4. Produk yang dipesan pelanggan masuk ke database kateringq untuk dikelola pesannya.



Gambar 3.4 database pemesanan

5. Jika pemesanan dilakukan pada pukul 18:00 sampai pukul 07:00, maka akan menampilkan pesan maaf took kami tutup buka pada pukul 08:00. Dan pada saat seperti itu proses pemesanan tidak dapat dilakukan.



Gambar 3.5 produk tidak dapat memproses pemesanan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan judul dapat disimpulkan bahwa penelitian atau proyek ini bertujuan untuk menerapkan sistem Point of Sale (POS) berbasis website sebagai strategi pemasaran untuk usaha katering di daerah Tembilahan. Kesimpulan ini mencerminkan potensi positif dari penerapan teknologi POS berbasis website dalam konteks usaha katering di Tembilahan, dengan fokus pada peningkatan efisiensi operasional dan pemasaran yang lebih efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik kateringq telah mempersilahkan saya untuk melakukan pengabdian pada kesempatan kali ini, dan juga saya mengucapkan terimakasih kepada keluarga dan rekan karena dengan dukungannya penulisan ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Rahmidani, *Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*. [Daring]. Tersedia pada: <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia->
- [2] J. Pendidikan dan Kewirausahaan, I. Hidayati, dan A. Hermawan, "Analysis of Point of Sale System Implementation in Coffee Shop," *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, vol. 11, no. 3, hlm. 2023, 2023, doi: 10.47668/edusaintek.v10i3.881.
- [3] T. Grawidi Yuarita dan F. Marisa, "PERANCANGAN APLIKASI POINT OF SALES (POS) BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE SIKLUS HIDUP PENGEMBANGAN SISTEM."
- [4] "13.70.0174 YOSEFINE YOVITA R (9.93%)(OK).BAB I".