

SISTEM INFORMASI PENJUALAN UMKM LEKER CREPES CRISPY TEMBILAHAN

Diljona Marisa Putri¹, Mohd Hafiz Dasuqi², Mhd Erfandi³, Helman Zulirfan Rasyada⁴
¹²³⁴Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri
 Email : diljonavivo@gmail.com¹, hafizdasuqi044@gmail.com²,
 Muhammaderfandi977@gmail.com³, helmanzulirfan211@gmail.com⁴

ABSTRAK

Perkembangan internet di Indonesia menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. UMKM Leker Crepes Crispy merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang makanan ringan di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. Usaha mikro Leker Crepes Crispy menyediakan beberapa varian rasa dan pilihan topping yang beragam. Untuk penjualannya masih menggunakan gerobak keliling sehingga banyak pelanggan yang kesulitan mendapatkan informasi tentang Leker Crepes Crispy. Untuk mengatasi masalah tersebut maka dibuatlah media penjualan berbasis website dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP agar pelaku usaha dapat lebih mudah dalam menangani pesanan. Tujuan dari penelitian ini adalah membangun media penjualan berbasis online dengan menggunakan sistem website dengan bahasa pemrograman sehingga dapat memperluas pangsa pasar yang tidak dapat dijangkau oleh sistem sebelumnya. Metode pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah System Development Life Cycle yaitu Waterfall dimana terdapat beberapa tahapan yaitu analisis kebutuhan, perancangan sistem dan perangkat lunak, implementasi, pengujian sistem, pengoperasian dan pemeliharaan serta metode analisa yang digunakan adalah metode pieces. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa website yang baik dapat memuat informasi terkini tentang Leker Crepes Crispy, penjualan dan pembelian, sehingga dapat diakses oleh pelanggan kapanpun dan dimanapun.

Kata Kunci : Website Penjualan, UMKM, PHP, Media Pemesanan Online, Metode Waterfall, Metode Pieces

ABSTRACT

The development of the internet in Indonesia is one of the factors in improving the economy in Indonesia. UMKM Leker Crepes Crispy is a micro business engaged in the field of snacks in Tembilahan, Indragiri Hilir Regency. The Leker Crepes Crispy micro business provides several flavors and various choices of toppings. For sales, they still use mobile carts, so many customers have difficulty getting information about Leker Crepes Crispy. To overcome this problem, a website-based sales media was created using the PHP programming language so that businesses can more easily handle orders. The purpose of this research is to build online-based sales media using a website system with a programming language so that it can expand market share that cannot be reached by the previous system. The development method used in this study is the System Development Life Cycle, namely Waterfall where there are several stages, namely needs analysis, system and software design, implementation, system testing, operation and maintenance and the analysis method used is the pieces method. The results of this study indicate that a good website can contain the latest information about Leker Crepes Crispy, sales and purchases, so that it can be accessed by customers anytime and anywhere.

Keywords: Website Sales, UMKM, PHP, Online Ordering Media, Waterfall Method, Pieces Method.

PENDAHULUAN

Menurut Hamza & Agustien, (2019) UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini dikarenakan struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar. Daya tahan dan fleksibilitas ini menjadikan UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan. Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi UMKM, maka pengembangan UMKM dalam meningkatkan produktivitas usaha mikro harus lebih mendapat perhatian. Peningkatan kapasitas usaha mikro diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi kemiskinan.

Usaha Leker Crepes Crispy yang beralamat di Jl.Lingkar II, Tembilahan merupakan usaha

makanan ringan yang dikonsumsi oleh banyak orang. Leker adalah kue lipat yang didalamnya terdapat isian berupa pisang, gula coklat, jajanan ini terbuat dari adonan telur, tepung terigu, susu, gula dan air. Usaha Leker Crepes Crispy juga memiliki banyak varian yaitu mulai dari coklat, tiramisu, cappuccino, green tea, strawberry, taro, blueberry, dan vanilla. Untuk pilihan topping ada pisang, keju, oreo, milo, meses seres dan kacang. Leker Crepes Crispy buka mulai dari jam 09.00-17.00 WIB. Penjualan usaha Leker Crepes Crispy hanya menggunakan gerobak keliling dan belum memiliki media promosi resmi.

Dengan adanya suatu konsep inovasi perkembangan teknologi informasi pada proses bisnis akan dapat membantu meningkatkan proses bisnis dari para pelaku usaha, dikarenakan mampu memperluas area pemasaran dan upaya untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara membangun hubungan komunikasi yang bersifat interaktif dengan konsumen. Penerapan Web pada UMKM Leker Crepes Crispy dapat memudahkan, memperluas, area pemasaran dan memberikan informasi yang bersifat *response time* dari UMKM Leker Crepes Crispy.

Solusi yang kami tawarkan untuk Leker Crepes Crispy yaitu sarana media penjualan maupun pembelian secara online dengan membuat website, agar konsumen dapat dengan lebih mudah dalam melakukan pembelian dan pelaku usaha pun dapat menangani pemesanan dengan lebih mudah dan menaikkan *parsa* pemasaran.

Menurut Ngibad et al., (2021) Di era revolusi industri 4.0 ini, penerapan internet marketing untuk meningkatkan penjualan harus dilakukan oleh para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pemasaran secara internet dapat dilakukan menggunakan perangkat elektronik/internet dan media pemasaran online, seperti: website/blog, media sosial (instagram, whatsapp, telegram, line, twitter, dan facebook) dan youtube. [1]

Menurut Haryono, (2018) Mengetahui daya dukung penjualan produk dengan pemasaran melalui media website dan target luaran dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan media internet, dan khususnya mengetahui potensi yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha kecil, mikro dan menengah. [2]

Menurut (PRATIWI, (2020) Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. [3]

Menurut Febriyantoro & Arisandi, (2018) Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). [4]

Menurut Jefri & Ibrohim, (2021) Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. [5]

Menurut Suharnawi et al., (2020) Perkembangan sehubungan dengan teknologi dan informasi yang sangat pesat, sudah tentu banyak sektor kehidupan yang dituntut untuk menggunakannya, Indonesia yang terdiri dari banyak kepulauan dengan penduduk mayoritas sebagai petani tentu merupakan pangsa pasar yang besar. Sehingga menjadikan sektor pertanian yang turut diperhitungkan dalam kemajuan ekonomi Indonesia. [6]

Menurut Syarifah et al., (2020) Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk atau jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. [7]

Menurut Wika Undari, Anggia Sari Lubis, (2021) Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mampu mengurangi pengangguran dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang memproduksi berbagai jenis makanan untuk dijual di kios pelaku UMKM. [8]

Menurut Cahya et al., (2021) Pembangunan dan perkembangan perekonomian negara - negara berkembang seperti Indonesia sangat bergantung pada UMKM. Hal ini dikarenakan "usaha mikro, kecil dan menengah" ini banyak menyerap tenaga kerja dan sangat produktif berkontribusi sehingga berdampak pada berkurangnya jumlah pengangguran dan dapat meningkatkan pendapatan per kapita

suatu negara. [9]

Menurut (Andipradana & Dwi Hartomo, (2021) Aplikasi penjualan berbasis web merupakan salah satu teknologi yang banyak digunakan oleh perusahaan besar hingga usaha kecil. Dengan menggunakan aplikasi penjualan berbasis web, para pemilik usaha dapat mempromosikan produk mereka kepada konsumen dengan mudah dan terjangkau. Konsumen juga berkenan untuk mendapatkan informasi terkait produk-produk yang dijual oleh pemilik usaha dengan mudah. [10]

Menurut Zia, (2020) UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling besar dan terbukti handal menghadapi goncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). [11]

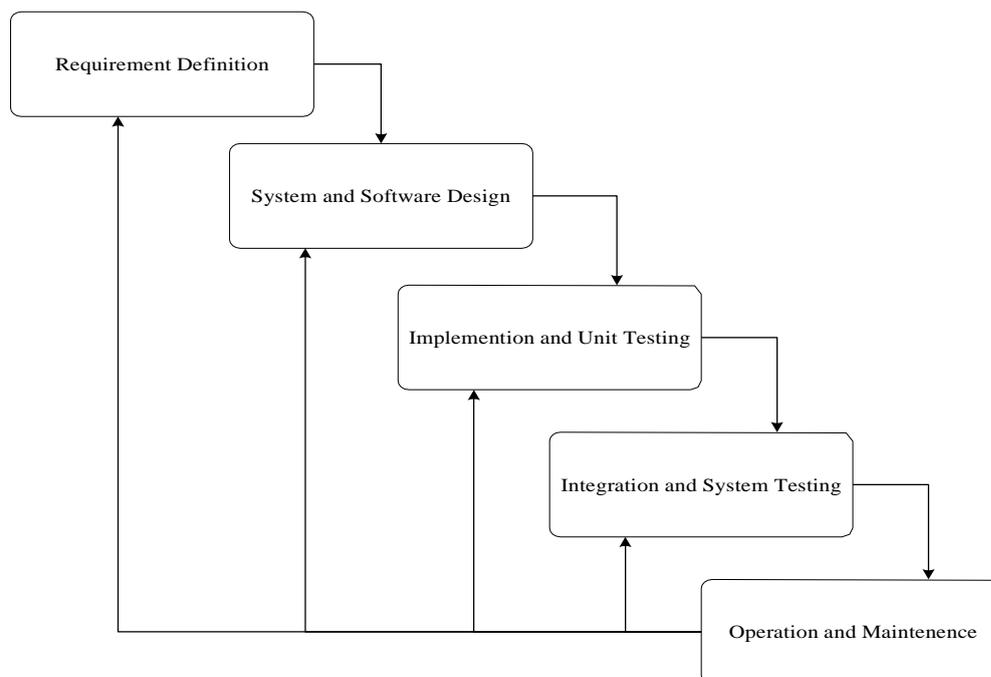
Menurut Mulyani et al., (2019) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian, walaupun mempunyai kontribusi yang besar, kenyataan menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih belum dapat mewujudkan kemampuannya secara maksimal, dikarenakan masih kurangnya pengetahuan dari para pelaku usaha dalam melakukan penerapan akuntansi dalam mengelola hasil usaha, jika akuntansi dilakukan secara baik, maka para pelaku usaha dapat mengambil keputusan dalam menjalankan usaha sesuai dengan data yang akurat, bukan berdasarkan pengalaman dan ingatan saja. [12]

Menurut Saraswati, (2021) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan di Indonesia. Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu dilakukan pemberdayaan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mengurangi kendala yang dialami Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sehingga mampu memberi kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. [13]

Menurut Syaifulloh, (2021) Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau lebih sering dikenal UMKM dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara sangat penting karena UMKM merupakan penggerak utama sektor riil yang berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. [14]

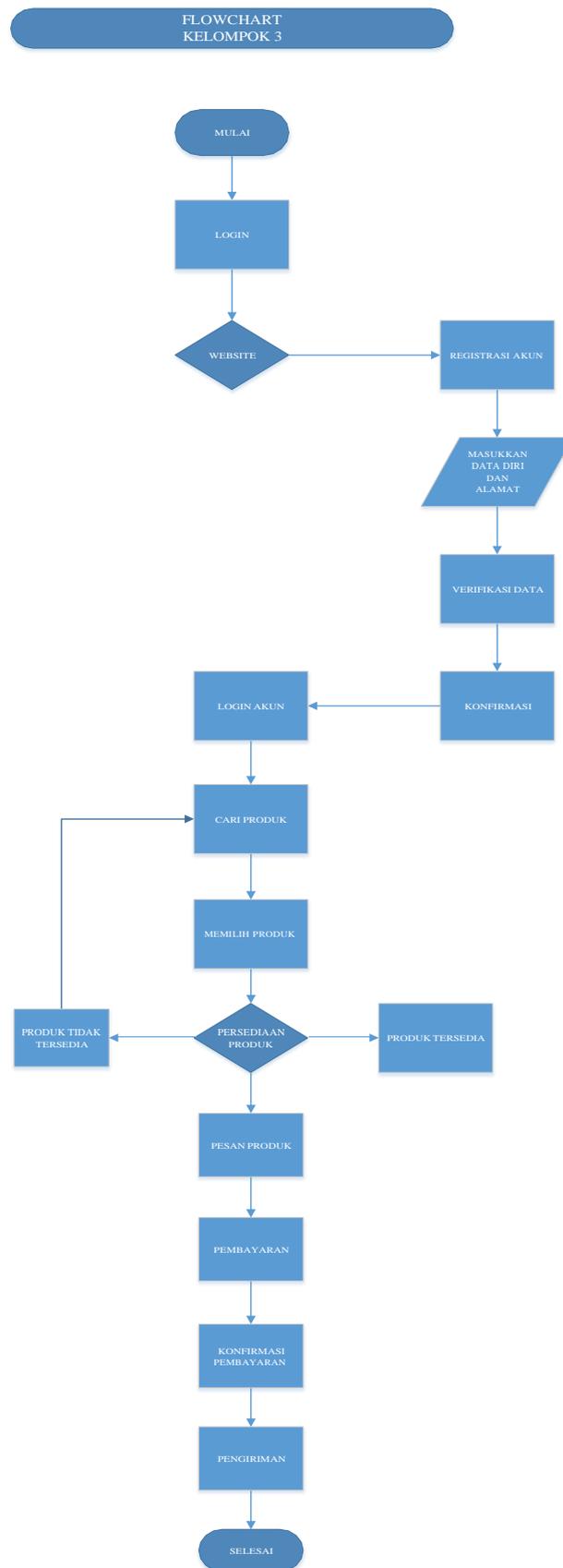
Menurut Harto et al., (2019) Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peranan yang cukup besar bagi kesejahteraan masyarakat. Sector ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing. [15]

METODE



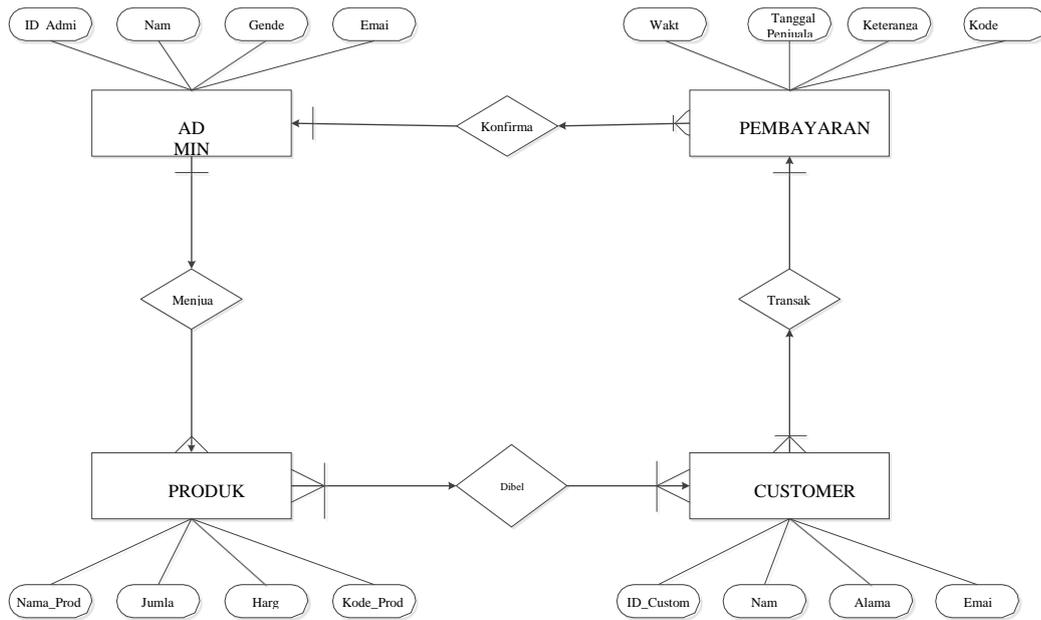
Gambar 1. Metode Waterfall

HASIL DAN PEMBAHASAN Flowchart sistem



Gambar 2. Flowchart Sistem Penjualan Pada Website

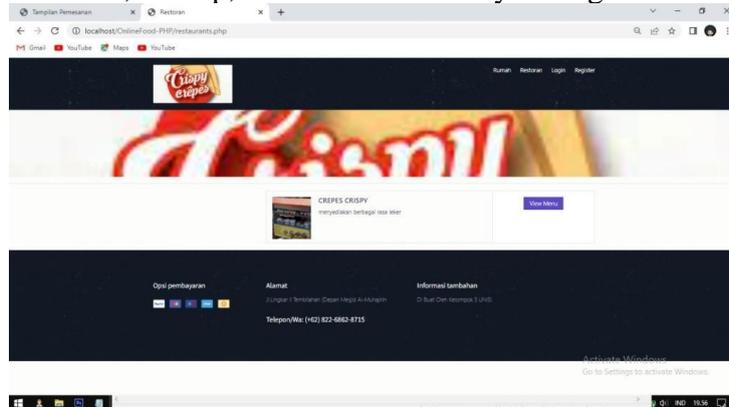
ERD (ENTITY RELATIONSHIP DIAGRAM)



Gambar 3. ERD (Entity Relationship Diagram) Sistem Penjualan Crispy

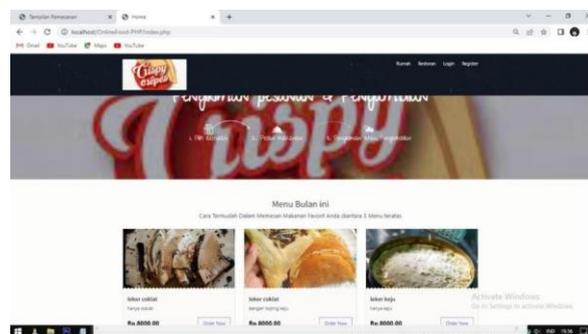
Manual Program

Tampilan menu awal ketika membuka website Leker Crepes Crispy yang akan dilihat oleh customer, tertera pula alamat, no telp, dan informasi lainnya mengenai Leker Crepes Crispy.



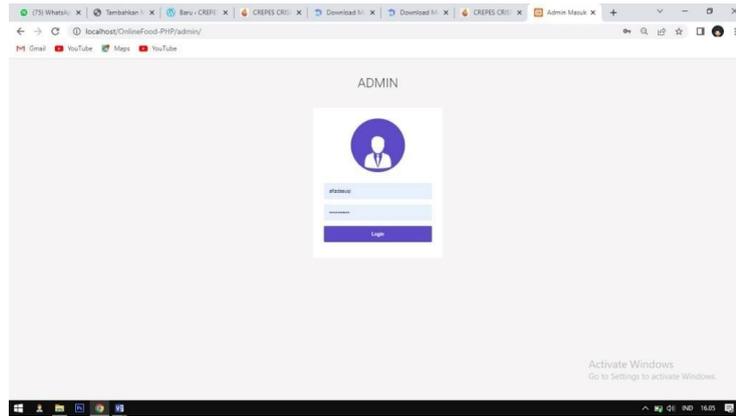
Gambar 4. Home Page

Tampilan ketika costumer telah klik view menu lalu memilih menu yang diinginkan, pada tampilan tersebut terdapat beberapa menu yang disediakan dan juga tertera harganya pula.



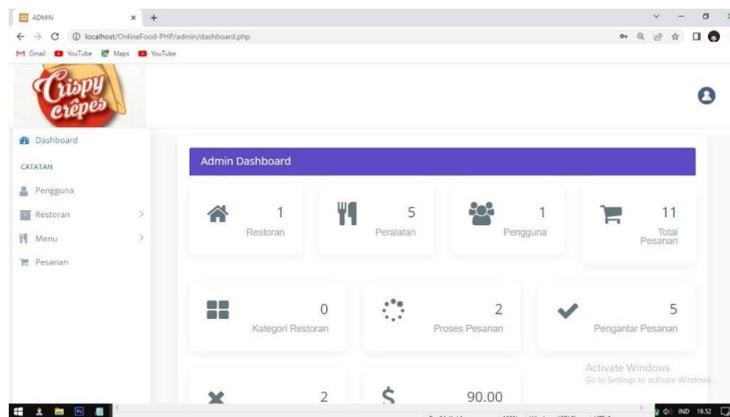
Gambar 5. Tampilan Untuk Memilih Menu

Tampilan login akun admin, Ketika admin ingin login/masuk ke website maka admin harus memasukkan nama dan password kemudian klik tombol login.



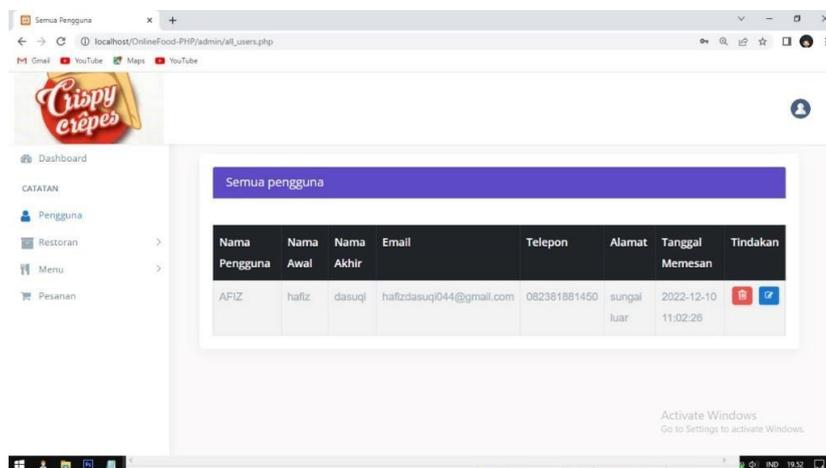
Gambar 6. Tampilan Halaman Untuk Admin Login Pada Website Penjualan

Tampilan dashboard, yaitu tampilan halaman yang akan dilihat oleh admin pada halaman tersebut terdapat menu untuk melihat pengguna/customer, total pesanan, proses pemesanan, pengantaran pesanan dan lainnya.



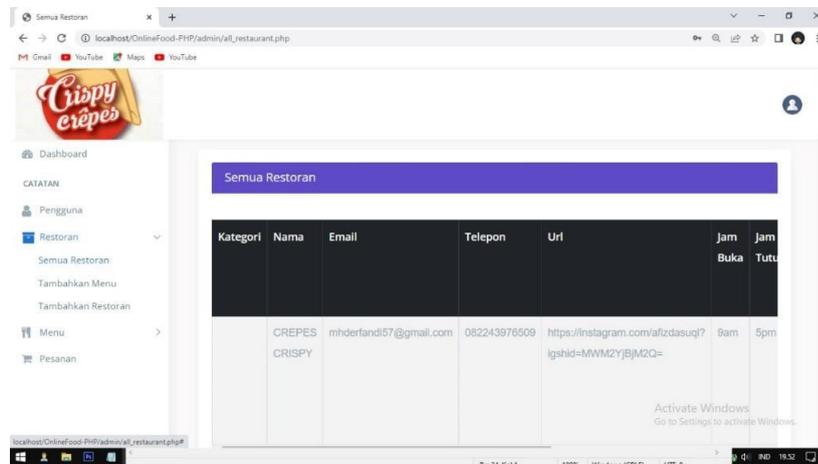
Gambar 7. Tampilan Dashboard

Tampilan pengguna/customer, yaitu halaman yang hanya dapat di akses oleh admin ketika ingin melihat data dari customer yang sudah registrasi akun dan ingin membeli produk Leker Crepes Crispy.



Gambar 8. Tampilan Halaman Data Customer

Tampilan semua penjualan, pada halaman tersebut terdapat data dari owner seperti nama, no telp, jam buka dan tutup serta data lainnya yang hanya dapat dilihat oleh admin website.



Kategori	Nama	Email	Telepon	Url	Jam Buka	Jam Tutup
CREPES		mhderfandi57@gmail.com	082243976509	https://instagram.com/aftzdasug?	9am	5pm
CRISPY				igshid=MWMZyBjM2Q=		

Gambar 9. Tampilan Halaman Semua Penjualan

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

Sistem website yang dibuat menggunakan metode pengembangan waterfall dan metode analisa pieces. Website dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP sehingga sistem website yang dihasilkan dapat membantu dalam mengatasi permasalahan pada sistem yang lama yang dimana penggunaannya masih manual dan membutuhkan banyak waktu, dan dengan dukungan sistem berbasis website ini akan lebih cepat dan akurat untuk pemrosesan pemesanan serta dapat mempermudah bagi pelanggan untuk memesan makanan seperti melihat menu makanan, detail makanan, dan melihat harga makanan pada menu website.

Dari hasil penelitian terhadap Leker Crepes Crispy kami menyarankan agar owner membuat media penjualan dan promosi secara online agar calon pembeli dapat melakukan pemesanan tanpa harus antri dan melakukan promosi agar pangsa pasar Leker Crepes Crispy meningkat serta para calon pembeli pun dapat dengan mudah untuk melihat menu produk, detail produk dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Andipradana, A., & Dwi Hartomo, K. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Online Berbasis Web Menggunakan Metode Scrum. *Jurnal Algoritma*, 18(1). <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.18-1.869>
- Cahya, A. D., Aminah, A., Rinaja, A. F., & Adelin, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2). <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.407>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2). <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2). <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1). <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Haryono, S. (2018). Pengaruh Penggunaan Website terhadap Penjualan Produk Pengusaha UMKM pada Asosiasi Industri Kreatif Depok. *Sosio E-Kons*, 10(1).

- <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2324>
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Mulyani, A. S., Nurhayaty, E., & Miharja, K. (2019). Penerapan Pencatatan dan Laporan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i2.5818>
- Ngibad, K., Sembilu, N., & Ula, K. (2021). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DALAM PEMASARAN PRODUK SIRUP MARKISA MELALUI INTERNET MARKETING. *AMALIAH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1). <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v5i1.690>
- PRATIWI, M. I. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERLAMBATAN EKONOMI SEKTOR UMKM. *Jurnal Ners*, 4(2). <https://doi.org/10.31004/jn.v4i2.1023>
- Saraswati, E. (2021). Peranan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah “Rumah Kreatif BUMN” Purbalingga. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(01). <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i01.4044>
- Suharnawi, S., Sani, R. R., & Loka, W. P. (2020). Sistem Informasi Penjualan Online Berbasis Web pada Toko Sari Tani Tegal. *JOINS (Journal of Information System)*, 5(2). <https://doi.org/10.33633/joins.v5i2.3853>
- Syaifulloh, M. (2021). Strategi Program Technopreneurship dan Marketing Public Relation terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(1). <https://doi.org/10.29313/performa.v18i1.7792>
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020). Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1). <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i1.2521>
- Warman, F. P. A., Edward, R., & Tama, B. J. (2021). Perancangan Sistem Aplikasi Data Spareparts ATM PT Swadharma Sarana Informatika Berbasis Java. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 2(02). <https://doi.org/10.30998/jrami.v2i02.788>
- Wika Undari, Anggia Sari Lubis. (2021). USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL HUMANIORA*, 6(1). <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>
- Zia, H. (2020). PENGATURAN PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA. *RIO LAW JURNAL*, 1(1). <https://doi.org/10.36355/rlj.v1i1.328>
- Aruningtyas, P. S. P., Haribowo, P., & Jumi, J. (2019). RANCANG BANGUN E- COMMERCE BERBASIS WEB RESPONSIVE DAN MOBILE ANDROID PADA UMKM AIKORI NATURAL LEATHER BAG SEMARANG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 5(1), 73. <https://doi.org/10.32497/jobs.v5i1.1677>
- Setiawan, G., & Widodo, T. (2021). Rancang Bangun E-Marketplace Untuk Penerapan Web Responsive UMKM Kerajinan Khas Lampung. *Jurnal Edukasimu*, 1(1), 1–11. Retrieved from