

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PENJUALAN PADA UKM DRIPLY COFFEE BERBASIS ONLINE

Linda Wahyuni✉, Hardianto, Rika Rosnelly, Achmad Syahrian, Diky Rahmadi

Fakultas Teknik & Ilmu Komputer, Universitas Potensi Utama, Medan, Indonesia

Email: lindawahyuni391@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol5No1.pp7-12>

ABSTRACT

Small and medium enterprises (UKM) are similar to the category of small and medium enterprises (SMEs), but are usually used to refer to small and medium enterprises only, without including micro businesses. Community service carried out at UKM Driply Coffee which provides types of drinks in the form of coffee and several other types of drinks besides also providing food that can accompany customers when they come and sit down to relax either alone, with friends, colleagues or with family. The research conducted looked at the process of its marketing system which uses social media such as Facebook, Instagram, and also WhatsApp. The system is indeed seen by many customers, only the process for ordering and selecting menus and the payment process cannot all be seen in the display due to the limitations of the image display, from the presentation of these conditions this research was conducted for approximately 3 months, and will be designed and implemented an online-based application that uses a web program and a MySQL database. Customers can access remotely and can also make payments online, and delivery of drinks or food will be carried out according to the intended location. The convenience felt is not only for customers, but partners will also get convenience and be able to compete in the world of small and medium enterprises (UKM).

Keyword: *UKM, Driply Coffee, Marketing, Online Based.*

ABSTRAK

Usaha kecil dan menengah (UKM) mirip dengan kategori Usaha kecil dan menengah (UMKM), tetapi biasanya digunakan untuk merujuk pada usaha kecil dan menengah saja, tanpa menyertakan usaha mikro. Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada UKM Driply Coffee yang menyediakan jenis minuman berupa kopi dan beberapa jenis-jenis minuman lainnya selain itu juga menyediakan makanan yang bisa menemani para pelanggan disaat datang dan duduk bersantai baik sendiri, dengan teman, rekan kerja atau bersama keluarga. Penelitian yang dilakukan melihat proses dari sistem pemasarannya yang menggunakan media sosial seperti face book, Istagram, dan juga whattshapp. Sistem tersebut memang banyak juga pelanggan yang melihat hanya saja proses untuk pemesanan dan pemilihan menu serta proses pembayaran belum dapat semua terlihat dalam tampilan karena keterbatasan dari tampilan gambar, dari pemaparan kondisi tersebut penelitian ini di lakukan lebih kurang selama 3 bulan, dan akan dirancang serta di implementasikan sebuah aplikasi berbasis online yang menggunakan program web dan database mysql. Pelanggan dapat mengakses dari jarak jauh dan juga dapat melakukan pembayaran secara online, dan akan dilakukan delivery minuman atau makanan sesuai dengan lokasi yang dituju. Kemudahan yang dirasakan bukan hanya bagi pelanggan tetapi Mitra juga akan mendapatkan kemudahan dan mampu bersaing dalam dunia Usaja kecil dan menengah (UKM).

Kata Kunci: *UKM, Driply Coffee, Pemasaran, Berbasis Online.*

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang kami laksanakan bersama Tim yaitu pada Usaha Kecil Menengah yang bernama Driply Coffee. Jenis usaha yang mengolah racikan kopi, dimana usaha sudah berdiri sejak tahun 2023. Untuk proses berdirinya usaha membutuhkan beberapa proses yang cukup lama karena yang paling utama adalah pemilihan tempat yang strategis, dimana lokasi usaha beralamat di jalan Durung Komplek Durung Regency No.A4 Medan, kemudian bagaimana mendesain tempat usaha agar kelihatan lebih menarik bagi pelanggan, sehingga menjadi modal dasar untuk mampu bersaing dalam dunia usaha. Selain menyediakan jenis minuman kopi yang sangat nikmat, juga menyediakan jenis-jenis minuman lain dan menu makanan juga tersedia yang membuat pelanggan betah dan ketagihan.

Bisnis dapat memenangkan persaingan pasar dengan membuat strategi pasar dan memahami situasi pasar yang tepat. Salah satu strategi yang harus digunakan adalah promosi, yang merupakan komponen pemasaran (Rizky & Setiawati, 2020). Menurut (Yanti et al., 2022), Era 4.0 teknologi informasi memungkinkan UMKM untuk mengubah strategi penjualan mereka dengan menggunakan sistem online. Sistem informasi pemasaran secara online yang dapat digunakan untuk pemasaran produk, memungkinkan masyarakat untuk menjual produknya secara langsung tanpa menggunakan perantara, dan sebagai media promosi, memungkinkan masyarakat untuk langsung menjual dan memperkenalkan produk kepada masyarakat umum (Irfan et al., 2019), karena dilihat dari survey lapangan banyak dan menjamurnya para usaha kecil menengah ini harus banyak pembaharuan terhadap perkembangan teknologi sebagai contoh nyata sistem pemasaran yang ada saat ini masih dilakukan melalui media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp, sistem yang telah berjalan selama ini setelah ditinjau ternyata masih perlu pembaharuan sistem, perlu adanya sebuah aplikasi khusus untuk memasarkan usaha yang dirilis supaya pelanggan

lebih banyak yang mengetahui tentang usaha kecil menengah Driply Coffee.

Pemasaran produk membutuhkan sarana untuk menyampaikan informasi kepada semua orang. Ini harus mencakup informasi tentang ukuran, spesifikasi, variasi harga, dan cara mendapatkan produk. Tidak hanya proses mekanisasi kanal/saluran informasi, informasi juga meningkatkan kelengkapan sistem. Ini membuat proses lebih efisien dan lebih terstruktur (Faris & Wisaksono, 2021).

Dari hasil analisis yang selama ini perlu kami tarik simpul pemecahan masalah tentang apa-apa saja data kebutuhan yang diperlukan dan data fungsional untuk melengkapi dari sistem tersebut. sehingga dengan melihat lebih detail lagi tentang kebutuhan-kebutuhan apa saja yang dibutuhkan, aplikasi yang akan diimplementasikan membuat pelanggan lebih mudah mengetahui tentang usaha Driply Coffee dan akan menjadi tujuan utama bagi usaha dalam memasarkan usaha sehingga dapat merambah dalam skala nasional maupun internasional.

Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memungkinkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen berinteraksi satu sama lain (Jannatin et al., 2020). Dalam hal ini kami Tim terdiri dari 5 orang yang terdiri dari 3 dosen dan 2 mahasiswa, Kerjasama yang kami lakukan bersama MITRA akan membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada dan sebagai dosen juga dapat menyelesaikan kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi yang merupakan kegiatan diluar kampus, sehingga hasil kerja yang dapat digunakan oleh Mitra atau Masyarakat. Begitu juga dengan mahasiswa akan mendapatkan pengalaman belajar diluar kampus sehingga dapat mengimplementasikan ilmu yang diikuti selama pelatihan bersama Mitra, dan Mahasiswa dapat menambah ilmu pengetahuan jadi tanpa harus belajar didalam kampus bisa belajar diluar kampus yang akan disesuaikan dengan matakuliah yang dipelajari di perkuliahan.

Desain sistem membantu dalam menentukan perangkat keras dan sistem yang

diperlukan, serta arsitektur sistem secara keseluruhan (Karmila & Rusda, 2019). Dalam penelitian ini perancangan sistem menggunakan UML (Unified Modeling Language) perangkat lunak berparadigma berorientasi objek, Modeling sebenarnya digunakan untuk menyederhanakan masalah yang kompleks sehingga lebih mudah dipelajari dan dipahami (Alfarizi et al., 2018). UML juga dapat diartikan alat bantu untuk menggambarkan dan mencatat perangkat lunak sistem berorientasi objek dalam bentuk gambar atau diagram (Halim, 2020).

Ada banyak diagram Unified Modeling Language (UML), seperti Use Case Diagram, Activity Diagram, Sequence Diagram, Class Diagram, dan Collaboration Diagram (Rahmawati et al., 2016). Untuk aplikasi yang akan diimplementasikan berbasis web menggunakan PHP singkatan dari Hypertext Preprocessor, adalah suatu bahasa pemrograman yang dapat membuat web dengan menggunakan fungsi HTML (Nestary, 2020) dan menggunakan database MySQL termasuk jenis RDBMS (Relational Database Management System) yang sangat terkenal (Hermiati, 2021).

Dalam implementasi aplikasi berbasis online, Media yang sangat bermanfaat untuk penyebaran data dikenal sebagai teknologi internet, yang memungkinkan setiap orang yang terhubung ke internet untuk mengaksesnya. (Gumelar & Suharyanto, 2024) Internet merupakan bagian penting dari kehidupan manusia karena berfungsinya berbagai objek organisasi dan teknologi canggih yang digunakan dalam berbagai bidang aktivitas manusia, yang menghasilkan peningkatan jumlah informasi (Sotnik et al., 2023).

Tujuan dengan diimplementasikan aplikasi berbasis online bagaimana dapat mempermudah pelanggan dan juga MITRA dalam proses transaksi pemasaran/penjualan, selain itu juga keuntungan akan mempengaruhi Usaha Kecil Menengah Driply Coffee.

TUJUAN DAN MANFAAT

Adapun yang menjadi tujuan dari kegiatan pengabdian dapat mengimplementasikan aplikasi penjualan pada Driply Coffee.

Dan yang menjadi manfaat pada kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Peserta dapat memahami tentang penggunaan aplikasi penjualan
2. Peserta dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang penggunaan aplikasi berbasis web
3. Peserta dapat membuat laporan penjualan dimana pada sistem sebelumnya belum adanya laporan penjualan yang ditampilkan dengan menggunakan aplikasi.

METODE PELAKSANAAN

Adapun kegiatan pengabdian dilaksanakan pada bulan juli tahun 2024 bersama tim yang terdiri 3 dosen dan 2 mahasiswa yang mana kami langsung datang ke tempat lokasi penjualan yaitu pada UKM Driply Coffee. Adapun hal yang pertama sekali kami lakukan adalah memberikan pengarahan tentang pentingnya penggunaan implementasi teknologi informasi untuk meningkatkan strategi penjualan. Dalam hal ini metode pengarahan yang kami lakukan dengan :

1. Seminar
Dimana metode yang dilakukan dengan cara bagaimana menjelaskan tentang apa-apa saja yang menjadi kebutuhan didalam implementasi penjualan dan bagaimana cara menggunakan implementasi tersebut.
2. Sesi Bertanya jawab
Setelah dilakukan penjelasan, ada beberapa sesi tanya jawab tentang pemaparan yang di lakukan oleh TIM, dimana sesi tanya jawab tersebut sangat membantu dalam menambah ilmu pengetahuan dan rasa ingin tahu peserta yang sangat antusias.

Dan tahapan dari metode pengabdian dalam pengarahan ini terdiri dari :

1. Langkah awal perencanaan
Langkah perencanaan adalah awal yang di persiapan sebelum di laksanakan seminar/pengarahan di Driply Cofee,

melakukan koordinasi dahulu dengan mitra dan kebutuhan apa saja yang harus dipersiapkan.

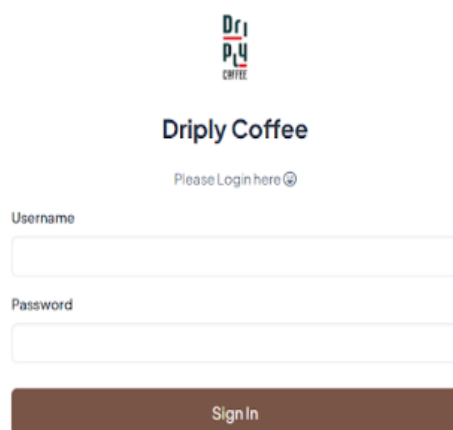
- Langkah ke dua pengarahan
Memberikan pengarahan tentang implementasi teknologi informasi untuk meningkatkan strategi penjualan.
- Langkah ke tiga pengecekan
Mengecek kembali bagaimana mitra dalam menerima pengarahan yang diberikan oleh TIM, dan melihat serta evaluasi ke lokasi pengabdian (mitra)
- Langkah selanjutnya tahap akhir pengabdian
Membuat sebuah hasil laporan tentang apa-apa saja yang sudah di lakukan seminar/pengarahan pada tahapan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil pengabdian yang dilakukan tim dengan mitra menghasilkan sebuah aplikasi penjualan yang dapat di paparkan sebagai berikut:

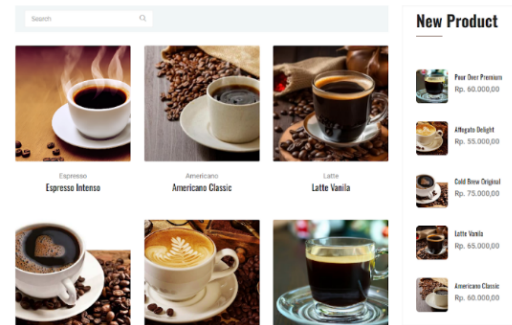
- Tampilan berupa pengguna dari aplikasi

Tampilan ini disebut tampilan awal/ login yang digunakan untuk memulai masuk kedalam sebuah aplikasi. yang dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1. Tampilan Menu Login

- Tampilan menu atau jenis minuman
Tampilan yang tersedia dalam aplikasi jenis-jenis minuman yang akan dipilih oleh pelanggan.



Gambar 2. Tampilan Jenis Minuman

- Tampilan Laporan Penjualan

Dari tampilan berikut ini akan dilihat laporan

Driply Coffee
Jl. Dukung Komplek Durung Regency No. 44, 55060-186, Kota Medan, Sumatera Utara 20222

Period: 01 January 2025 - 31 January 2025

Tanggal	No. Faktur	Nama Pemakai	Pesanan	Harga	Qty	Total Harga	Status Pembayaran
14/01/2025	INV-20250115-00001	Customer 2	Espresso Intenso	Rp. 40.000	2	Rp. 80.000	Selesai
14/01/2025	INV-20250115-00001	Customer 2	Americano Classic	Rp. 40.000	1	Rp. 40.000	Selesai
14/01/2025	INV-20250115-00002	Customer 2	Latte Vanilla	Rp. 40.000	3	Rp. 120.000	Selesai
14/01/2025	INV-20250115-00003	Customer 2	Peas Over Premium	Rp. 40.000	2	Rp. 80.000	Selesai
15/01/2025	INV-20250115-00004	Customer 2	Affogato Delight	Rp. 55.000	2	Rp. 110.000	Dibayar
15/01/2025	INV-20250115-00005	Customer 2	Latte Vanilla	Rp. 40.000	1	Rp. 40.000	Dibayar
15/01/2025	INV-20250115-00006	Customer 1	Latte Vanilla	Rp. 40.000	3	Rp. 120.000	Selesai
15/01/2025	INV-20250115-00007	Customer 1	Affogato Delight	Rp. 55.000	2	Rp. 110.000	Selesai
				Total:	22	Rp. 1.290.000	

Gambar 3. Tampilan Laporan Penjualan

- Tampilan Hasil yang Ditunjukkan Kepada Mitra



Gambar 4. Uji Coba Aplikasi kepada Mitra

Beberapa tampilan hasil yang telah di paparkan berikut merupakan sebahagian hasil implementasi dari aplikasi.

Evaluasi Hasil Pengabdian

Dari hasil pengabdian yang sudah dimplementasikan terdapat kelebihan dan kekurangan dari implementasi, hasil dari pengabdian tentunya tidak segampang yang dibayangkan, untuk kegiatan pengarahan kepada mitra kami bersama tim sudah memberikan

beberapa hal yang tentunya untuk perkembangan dari usaha, dan kegiatan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Yang mana kelebihan ini terlihat bagaimana mitra dapat menggunakan aplikasi sesuai dengan apa yang diharapkan. Tetapi sistem juga ada kekurangan dilihat dari kurang efektifnya pelanggan didalam menggunakan aplikasi karena ada yang sama sekali kurang memahami tentang fitur-fitur yang ada dalam aplikasi. Sehingga pelanggan ada yang batal dalam melakukan pemesanan.

KESIMPULAN

Adapun yang menjadi kesimpulan dari laporan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Dapat melakukan pemesanan minuman dan makanan secara online di Driply Cofee
2. Mempermudah pelanggan dan mitra dalam melakukan transaksi penjualan
3. Terjalin kerjasama yang baik antara Mitra dan pihak peneliti
4. Meraih keuntungan yang diinginkan oleh pihak mitra
5. Dapat mengevaluasi sistem pemasaran yang ada sehingga mengetahui perbaikan-perbaikan untuk sistem yang ada

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Potensi Utama yang memberikan tempat dan fasilitas, dukungan financial dan juga motivasi terhadap kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat sehingga kami bersama tim dapat menyelesaikan hasil kreatifitas penulisan karya ilmiah ini dengan baik. Dan ucapan terimakasih juga untuk Mitra yang telah bersedia untuk memberikan waktu kepada Tim dan menyediakan tempat untuk pengabdian, sehingga pengabdian dapat terlaksana dengan baik. Dan juga dapat berbagi pendapat dan ilmu pengetahuan untuk pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, S., Mulyawan, A. R., & Basri, H. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan Pemanfaatan Uml (Unified Modelling Language) Pada Cv Harum Catering Karawang. In *Ijns.org Indonesian Journal on Networking and Security* (Vol. 7, Issue 4). Online.
- Faris, M., & Wisaksono, A. (2021). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Pemasaran Biji dan Bubuk Kopi Berbasis Web. *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi*, 1(1), 61–72. <https://doi.org/10.25008/janitra.v1i1.116>
- Gumelar, E., & Suharyanto, E. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Produk Pada Toko Exyu Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Digital Dan Sistem Informasi, Volume: 1*(Nomor 2), 1–8.
- Halim, R. M. N. (2020). Sistem Informasi Penjualan Pada TB Harmonis Menggunakan Metode FAST. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 9(2), 203–207. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v9i2.868>
- Hermiati, R. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php dan Database MySQL. *Jurnal Media Infotama, Vol. 17*(No. 1), 1–13.
- Irfan, P., Kartarina, K., & Satria, C. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Produk Desa Berbasis Web. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 11(3), 214–221. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v11i3.471.214-221>
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm*.
- Karmila, D., & Rusda, D. (2019). E-Marketplace Penjualan Dan Pemasaran Barang Furniture Pada Toko Mebel Menggunakan PHP dan MySQL Server. *Jurnal Penelitian Dosen Fikom (UNDA)*, 10(1).
- Nestary, N. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Stock Point Lily Berbasis PHP MySQL. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis, Volume 11*(Nomor 1), 1–18.
- Rahmawati, N., Mulyono, H., Studi, P., Sistem, M., Stikom, I., Bangsa, D., Jendral, J. J., & Thehok -Jambi, S. (2016). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web Pada Toko Billy. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 1(2).
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu*

- Komunikasi*, 10(2).
<http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
Sotnik, S., Manakov, V., & Lyashenko, V.
(2023). Overview: PHP and MySQL
Features for Creating Modern Web Projects.
In *International Journal of Academic
Information Systems Research* (Vol. 7,
Issue 1). www.ijeais.org/ijaisr
Yanti, N., Dewi, S., Hulaimi, A., & Wahab, A.
(2022). Pelatihan Digitalisasi Manajemen
Pemasaran Syariah Bagi Pelaku Usaha Kopi
Bubuk Organik di Desa Tegal Maja.
Journal of Community Empowerment,
Volume 1(Nomor 1), 1–5.
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jce>