
DESAIN DAN PEMBANGUNAN SISTEM DAN APLIKASI LAYANAN VIRTUAL UNTUK UMKM KULINER BERBASIS WEB

Ridho Defvin Ananda Jonhuneddi¹, Ricky Ramadhan Harahap², Supiyandi³

Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan

e-mail: ¹rdhdefvin30@gmail.com, ²rickyramadhan@dosen.pancabudi.ac.id,

³supiyandi@dosen.pancabudi.ac.id

Abstract: *In the rapidly developing digital era, the need for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt information technology is becoming increasingly urgent. In Indonesia, culinary MSMEs have a major contribution to the national economy. However, many of these MSMEs still face obstacles in utilizing digital technology to support their business, such as limitations in accessing wider markets and facing increasingly fierce competition. A websitebased virtual service system can be a solution to help culinary MSMEs promote products, increase interaction with customers, and expand market reach.*

Keywords: *Design, Kuliner, Virtual Service, UMKM, Website*

Abstrak: Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, kebutuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengadopsi teknologi informasi menjadi semakin mendesak. Di Indonesia, UMKM kuliner memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Namun, banyak dari UMKM ini yang masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung bisnis mereka, seperti keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Sistem layanan virtual berbasis website dapat menjadi solusi untuk membantu UMKM kuliner mempromosikan produk, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar.

Kata kunci: Desain, Kuliner, UMKM, Website

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di sektor kuliner.

UMKM kuliner memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan perekonomian lokal. Namun, UMKM ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses terhadap teknologi dan sarana pemasaran digital yang memadai. Di era digitalisasi yang semakin berkembang, adaptasi teknologi menjadi kebutuhan penting untuk mempertahankan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, kebutuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengadopsi teknologi informasi menjadi semakin mendesak.

Di Indonesia, UMKM kuliner memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Namun, banyak dari UMKM ini yang masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung bisnis mereka, seperti keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Sistem layanan virtual berbasis website dapat menjadi solusi untuk membantu UMKM kuliner mempromosikan produk, meningkatkan interaksi dengan

pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar.

Transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM kuliner untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing melalui penggunaan teknologi berbasis web. Sistem layanan virtual berbasis website bisa menjadi salah satu solusi yang dapat membantu UMKM kuliner dalam mengoptimalkan proses bisnis mereka, mulai dari pemesanan, promosi, hingga manajemen pelanggan. Sistem ini dapat memfasilitasi interaksi yang lebih efektif antara pelaku usaha dan konsumen, serta memberikan kemudahan dalam mengakses informasi terkait produk dan layanan yang ditawarkan. Penelitian ini berfokus pada desain dan pembangunan sistem layanan virtual berbasis website untuk UMKM kuliner, yang diharapkan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Dengan adanya sistem ini, diharapkan UMKM kuliner dapat lebih berdaya saing dan mampu bertahan serta berkembang di tengah persaingan yang ketat di industri kuliner.

METODE

Kerangka kerja ini merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka kerja penelitian ini dapat digambarkan pada gambar.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

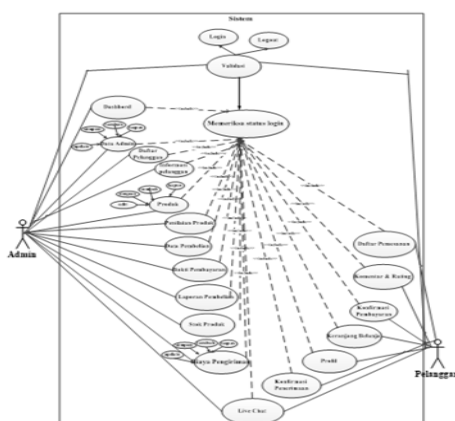
1. **Identifikasi Masalah**
Identifikasi masalahnya ialah sulitnya UMKM dalam melakukan promosi untuk mendapatkan konsumen baru dan tidak adanya sebuah sistem untuk pemberitahuan informasi mengenai produk kuliner UMKM kepada masyarakat dan para pelanggan sehingga berdampak pada kesetiaan pelanggan untuk bertahan atau tetap membeli di UMKM. Saat kita melakukan identifikasi masalah, berarti kita melakukan dugaan atau perkiraan atas suatu kejanggalaan yang menyebabkan munculnya permasalahan.
2. **Pengumpulan Data**
Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi untuk melakukan pengamatan dan analisa terhadap proses sistem informasi pemasaran yang sedang berjalan pada UMKM sehingga mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
3. **Analisis Sistem**
Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah pada sistem yang sedang berjalan. Dengan demikian, diharapkan peneliti dapat menemukan kendala-kendala dan permasalahan yang terjadi pada proses sistem informasi pemasaran di UMKM sehingga peneliti dapat mencari solusi dari permasalahan tersebut.
4. **Perancangan Sistem**
Tahap perancangan adalah tahap sebuah sistem informasi penjualan kuliner di UMKM yang telah direncanakan. Spesifikasi yang dibuat cukup rinci sehingga pada tahap implementasi tidak diperlukan keputusan baru dan menggunakan apa yang sudah ditentukan pada tahap perancangan.
5. **Implementasi Sistem**
Tahap implementasi merupakan tahap penyusunan program sistem informasi untuk menarik kesimpulan. Sistem ini diimplementasikan pada database

- yang ada di MySQL dengan menggunakan editor Sublime Text.
- Uji Coba Sistem
 Uji coba sistem dilakukan setelah pembuatan modul sistem selesai dibuat dengan percobaan pada komputer user interface. Dengan melakukan uji coba ini dapat diketahui kekurangan sistem yang telah dibuat berjalan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun data yang dibutuhkan untuk perancangan sistem ini adalah semua data-data penjualan CV. Abadi Bersama seperti nama produk dan jenis produk. Tahapan ini untuk menjelaskan bagaimana proses dari sistem yang ada. Sehingga dengan adanya analisis proses ini sistem yang ada berjalan sesuai dengan prosedur dan dapat meminimalisir kesalahan. Analisis proses antara lain:

- Diskon, diberikan pada pembelian barang yang akan diberi potongan harga.
- Testimoni, berupa komentar yang diberikan oleh pelanggan apakah produk yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- Penilaian, berupa rating atau bintang yang diberikan pelanggan yang telah membeli barang.
- Point, digunakan pelanggan utama pelanggan harus mendaftar dulu mendapatkan 1 point untuk agar bias memesan kuliner yang mau



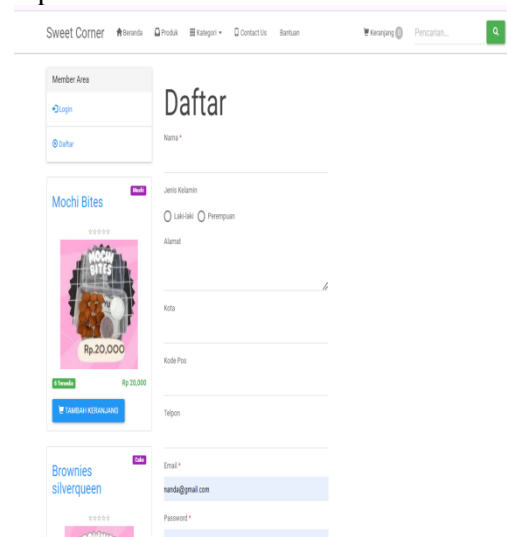
Gambar 2. Usecase Diagram

Hasil pengujian dari hasil tampilan program yang telah selesai dibuat. Pelanggan masuk ke website umkm maka akan tampil menu utama.



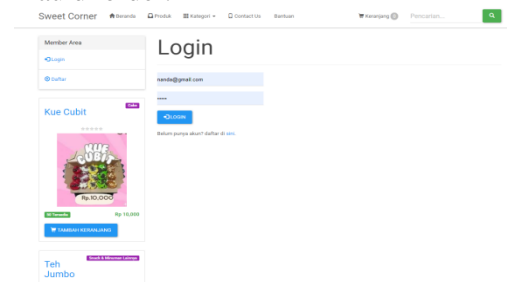
Gambar 3. Menu Utama Pelanggan

Sesudah pelanggan masuk ke menu utama pelanggan harus mendaftar dulu agar bias memesan kuliner yang mau dipesan.



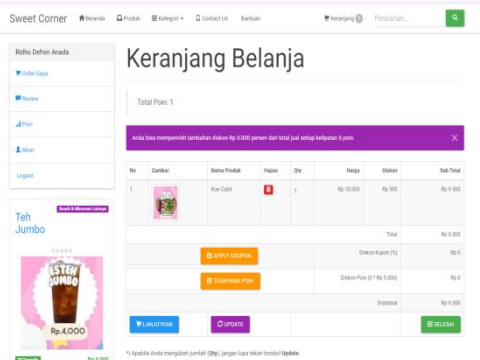
Gambar 4. Daftar Pelanggan

Sesudah itu pelanggan login dan masuk ke dalam menu makanan yang mau di order.



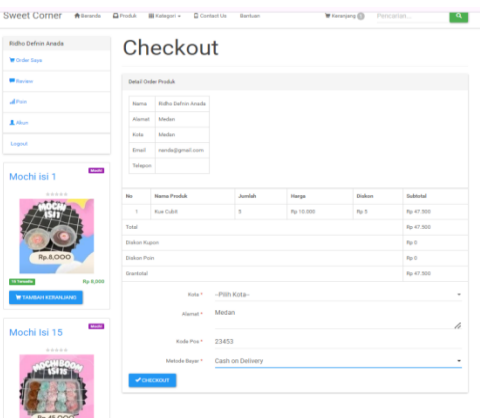
Gambar 5. Menu Login Pelanggan

Pada gambar 6 menjelaskan keranjang dari makan yang di order oleh pelanggan,



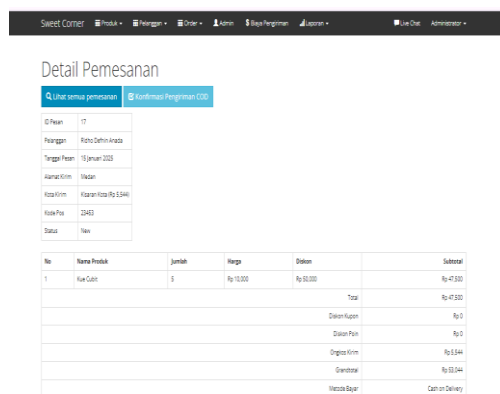
Gambar 6. Keranjang Belanja

Kemudian pelanggan akan mencekout makan apa yang dipesan dan memilih metode pembayarannya serta alamat dan ongkos kirimnya



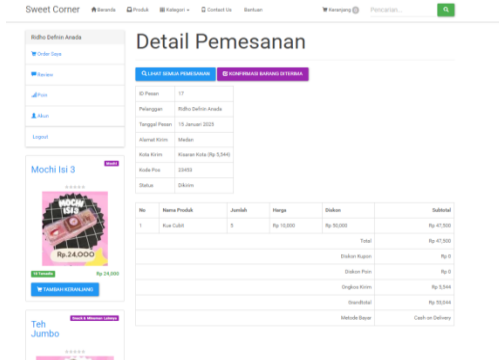
Gambar 7. Checkout

Kemudian admin akan melihat orderan dari pelanggan untuk melakukan proses sesuai dengan metode pembayaran.



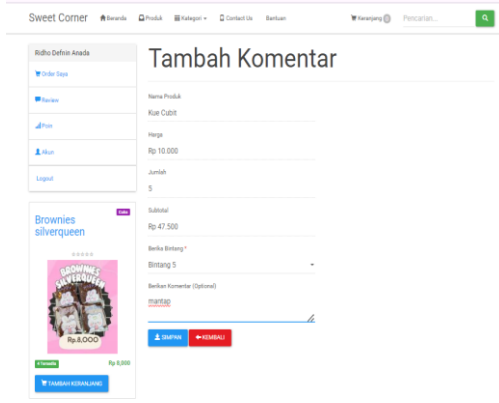
Gambar 8. Detail Pemesanan Admin

Pada gambar 8 menjelaskan detail pemesanan oleh pelanggan untuk mengkonfirmasi barang telah diterima.



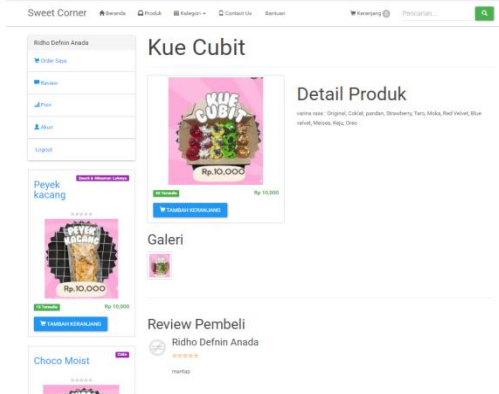
Gambar 9. Detail Pemesanan Pelanggan

Apabila pesanan sudah diterima maka pelanggan bias mereview makan tersebut dengan memberikan bintang dan komentarnya.



Gambar 10. Komentar Pelanggan

Kemudian tampilan review dan komentar akan tampil pada menu makan yang telah kita pesan.



Gambar 11. Hasil Komentar Pelanggan

SIMPULAN

Dengan adanya system ini dapat menerapkan strategi layanan virtual berbasis web untuk mempertahankan pelanggan lama serta menarik pelanggan baru pada UMK serta Mempermudah pelanggan dalam mengakses segala informasi tentang produk kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Yanuardi and A. A. Permana, “Rancang Bangun Sistem Informasi Keuangan Pada Pt . Secret,” J. Tek. Inform., pp. 1–7, 2018.
- I. M. Apriansyah, A. Hidayat, and D. A. Ajis, “Sistem Informasi Penjualan Di Counter Fanz Cell Kota Tasikmalaya Berbasis Web,” J. Manaj. Inform., vol. 6, no. 2, pp. 101–110, 2019.
- S. S. Romadhon, P. Studi, and T. Informatika, “Vol . 3 No . 1 Februari 2019 ISSN : 2597-3673 (Online) ISSN : 2579-5201 (Printed) ISSN : 2597-3673 (Online) ISSN : 2579-5201 (Printed),” Peranc. WEBSITE Sist. Inf. SIMPAN PINJAM MENGGUNAKAN Framew. CODEIGINTER PADA Kop. BUMI ISSN 2579-5201 Peranc. Sejah. JAKARTA Syahrul, vol. 3, no. 1, pp. 21–28, 2019.
- B. Setyaleksana, S. Suharyono, and E. Yulianto, “PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang),” J. Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya, vol. 46, no. 1, pp. 45–51, 2017.
- A. Firatmadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi harga

terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan,” J. Bus. Stud., vol. 2, no. 2, pp. 2443–3837, 2017, [Online]. Available:

<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>

- M. Destiningrum and Q. J. Adrian, “Pengertian Website,” J. Teknoinfo, vol. 11, no. 2, p. 30, 2017.
- Saifudin dan Maharani, “Sistem Informasi Pemesanan Tiket Shuttle Berbasis Web Pada PO. Sumber Alam Purwokerto,” Indones. J. Netw. Secur., vol. 7, no. 1, pp. 1–16, 2017, [Online]. Available: https://www.google.com/url?sa=t&rc=t=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=2ahUKEwj1ra-xmKHpAhW06XMBHVmNCTsQFjADegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fijns.org%2Fjournal%2Findex.php%2Fijns%2Farticle%2Fdownload%2F1517%2F1473&usg=AOvVaw0iVmCTqv_7zvxOu2zTnIS9.
- M. H. Al Gifar and Muhsin, “Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Online Di Toko Utami,” J. Nuansa Inform., vol. 11, no. 1, pp. 62–69, 2016.
- D. Setiawan and E. Saputra, “Penerapan Konsep Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Websitepada Ud Toyoriz Busindo,” Data Manaj. dan Teknol. Inf., vol. 16, no. 1, p. 34, 2015.
- V. R. Hananto, A. D. Churniawan, and A. P. Wardhanie, “Perancangan Analytical CRM untuk Mendukung Segmentasi Pelanggan di Institusi Pendidikan,” J. Ilm. Teknol. Inf. Asia, vol. 11, no. 1, p. 79, 2017, doi: 10.32815/jitika.v11i1.55.