

Implementasi Online Marketplace Pada Industri Rumahan Di Desa Bluru Permai Sidoarjo

Oleh:

Ifanda Reza Damasta,

Mochamad Alfian Rosid

Progam Studi Informatika

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Maret, 2023

Pendahuluan

Perkembangan UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah semakin tahun semakin pesat di berbagai kota ataupun daerah di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan UMKM dapat memberikan banyak kesempatan kepada para ibu rumah tangga yang tidak bekerja atau pengangguran untuk dapat berkarya dan dapat menghasilkan sesuatu yang akhirnya dapat memberikan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka atau kebutuhan rumah tangga mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi informasi telah mengubah pandangan dalam industri pemasaran. Metode komunikasi pemasaran yang dahulu bersifat konvensional dan tradisional kini telah tergabung dalam dunia digital.

Pemasaran digital melibatkan strategi pemasaran yang interaktif dan terpadu, memungkinkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Tingginya semangat dan motivasi masyarakat di daerah, untuk memiliki usaha sendiri adalah hal yang patut dibanggakan. Masyarakat semakin sadar akan minimnya lapangan pekerjaan formal, membuat mereka menciptakan lapangan pekerjaan mereka sendiri dan akhirnya dapat membuka dan menambah lapangan pekerjaan untuk orang lain juga. Dengan demikian, Perlu diberikan perhatian terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

UMKM adalah usaha mikro kecil menengah yang lebih berfokus berjualan di offline dan UMKM di desa kecil semakin sepi peminat dan mengalami penurunan omset yang cukup drastis. Perkembangan UMKM saat ini terkesan sangat lambat, metode kualitatif. Dikarenakan ketertinggalan menggunakan atau mengadopsi teknologi informasi di dalam usahanya jika dibandingkan oleh perusahaan-perusahaan besar sangat peduli dengan teknologi-teknologi baru untuk menunjang bisnisnya.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

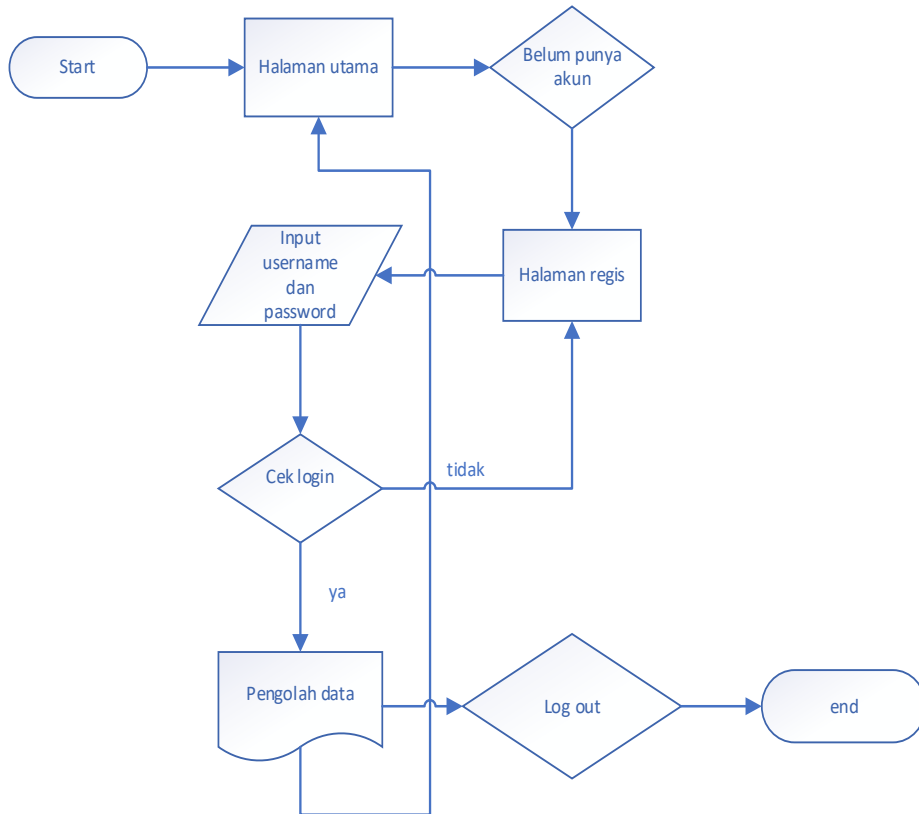
1. Bagaimana cara mengembangkan umkm agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lebih besar
2. Bagaimana cara memperluas dan mengenalkan produk-produk umkm agar dapat berkembang ke pasar yang lebih luas
3. Bagaimana cara membuat program untuk membantu mempermudah penjualan produk umkm

Metode

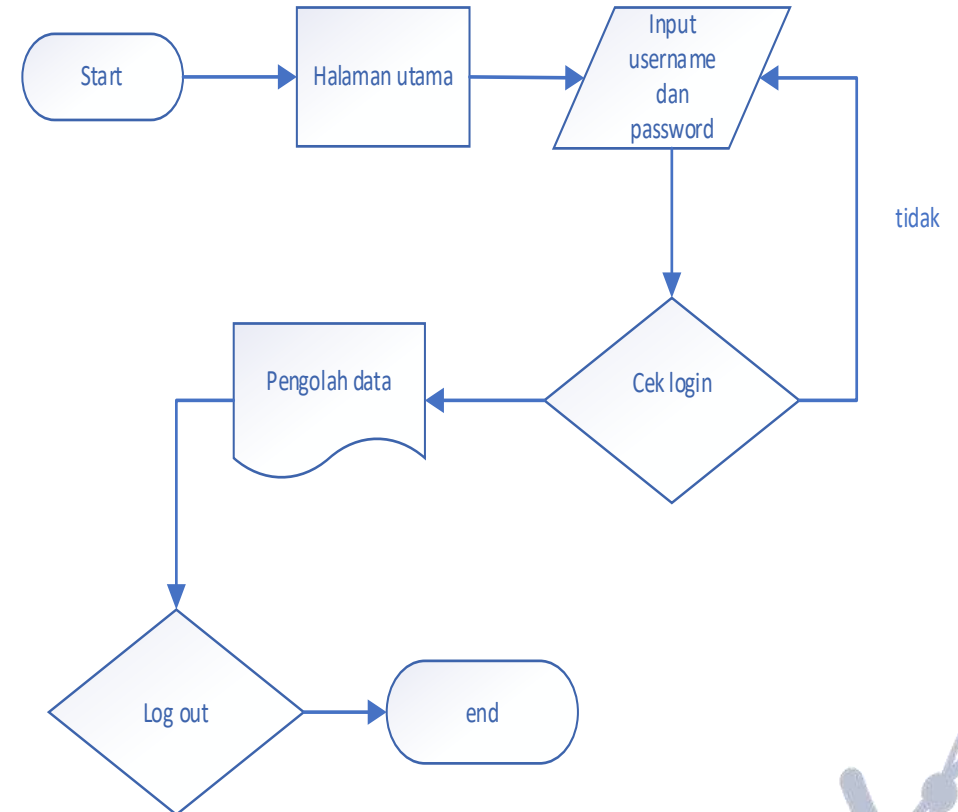
Metode yang di gunakan pada program kali ini menggunakan metode Metode Waterfall, yang juga dikenal sebagai siklus hidup klasik, sebenarnya disebut sebagai "Linear Sequential Model". Model ini menggambarkan pendekatan sistematis dan berurutan dalam pengembangan perangkat lunak. Tahapan-tahapan dimulai dari spesifikasi kebutuhan pengguna, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan, pemodelan, konstruksi, hingga penyerahan sistem ke para pengguna. Akhirnya, dukungan diberikan pada perangkat lunak yang lengkap dan sudah dihasilkan. Dalam pembuatan sistem ini, terdapat beberapa komponen yang diperlukan, salah satunya adalah flowchart atau yang juga dikenal dengan sebutan diagram alir.

Metode

Flowchart User



Flowchart Admin

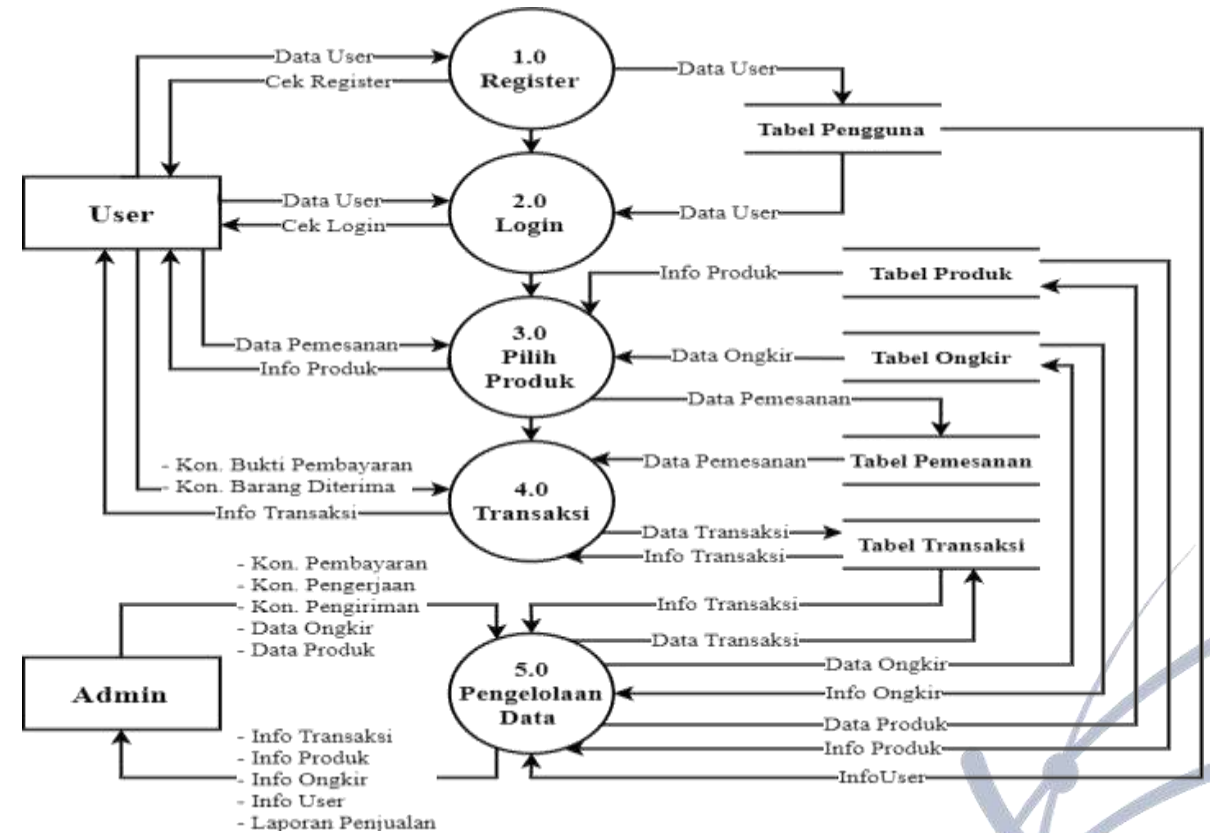


Metode

- DFD

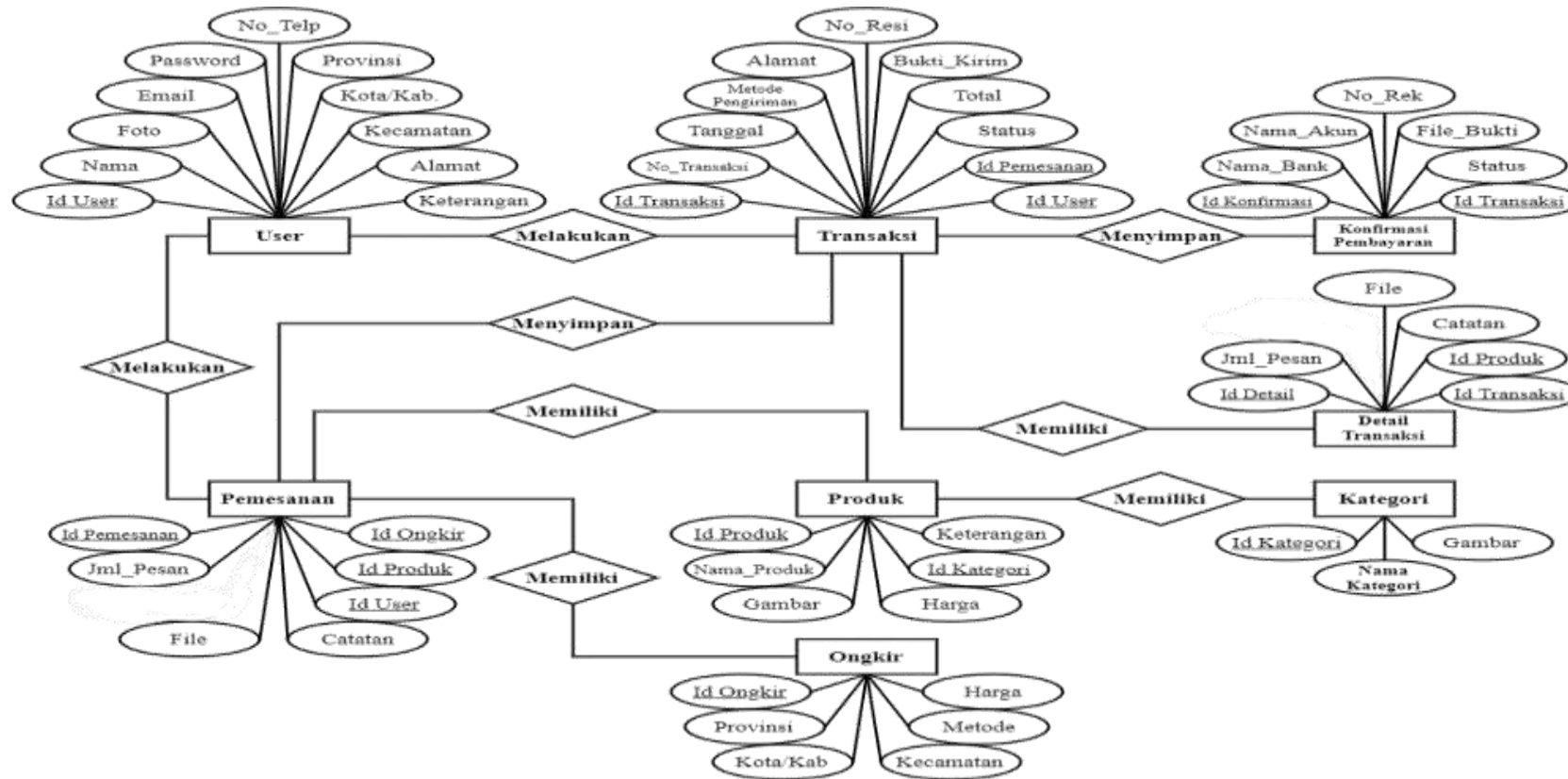


DFD Iv 1



Metode

- ERD



Hasil

Dari semua pembahasan ini dapat menghasilkan sebuah sistem aplikasi yang berjudul “Implementasi Online Marketplace Pada Industri Rumahan Di Bluru Permai Sidoarjo”. Program atau sistem ini bertujuan untuk mengembangkan dan mempermudah penjualan produk unggulan umkm di desa bluru permai sidoarjo, dan tidak hanya itu Diharapkan dengan adanya sistem ini dapat membantu memperluas pasar produk-produk unggulan UMKM dengan lebih efektif dan efisien.

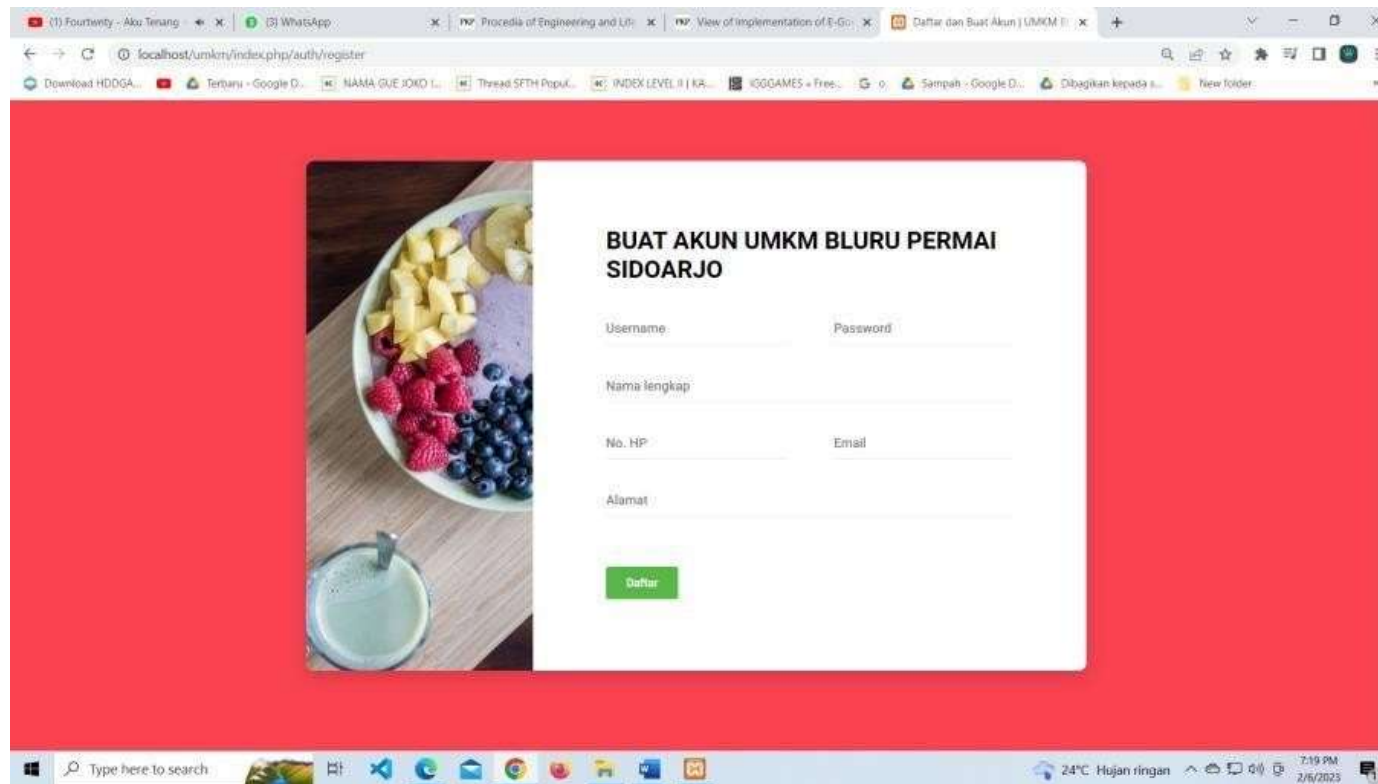
Hasil

- Halaman utama web



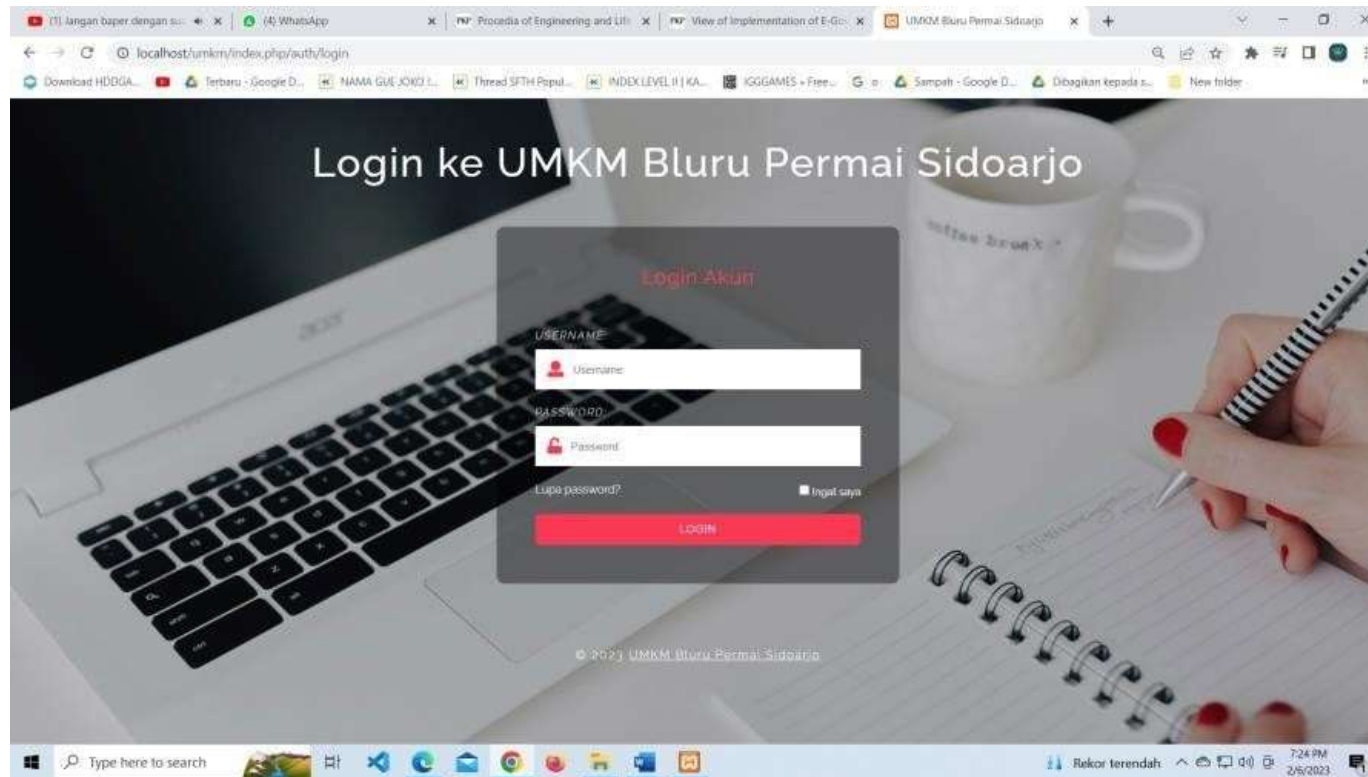
Hasil

- Halaman registrasi



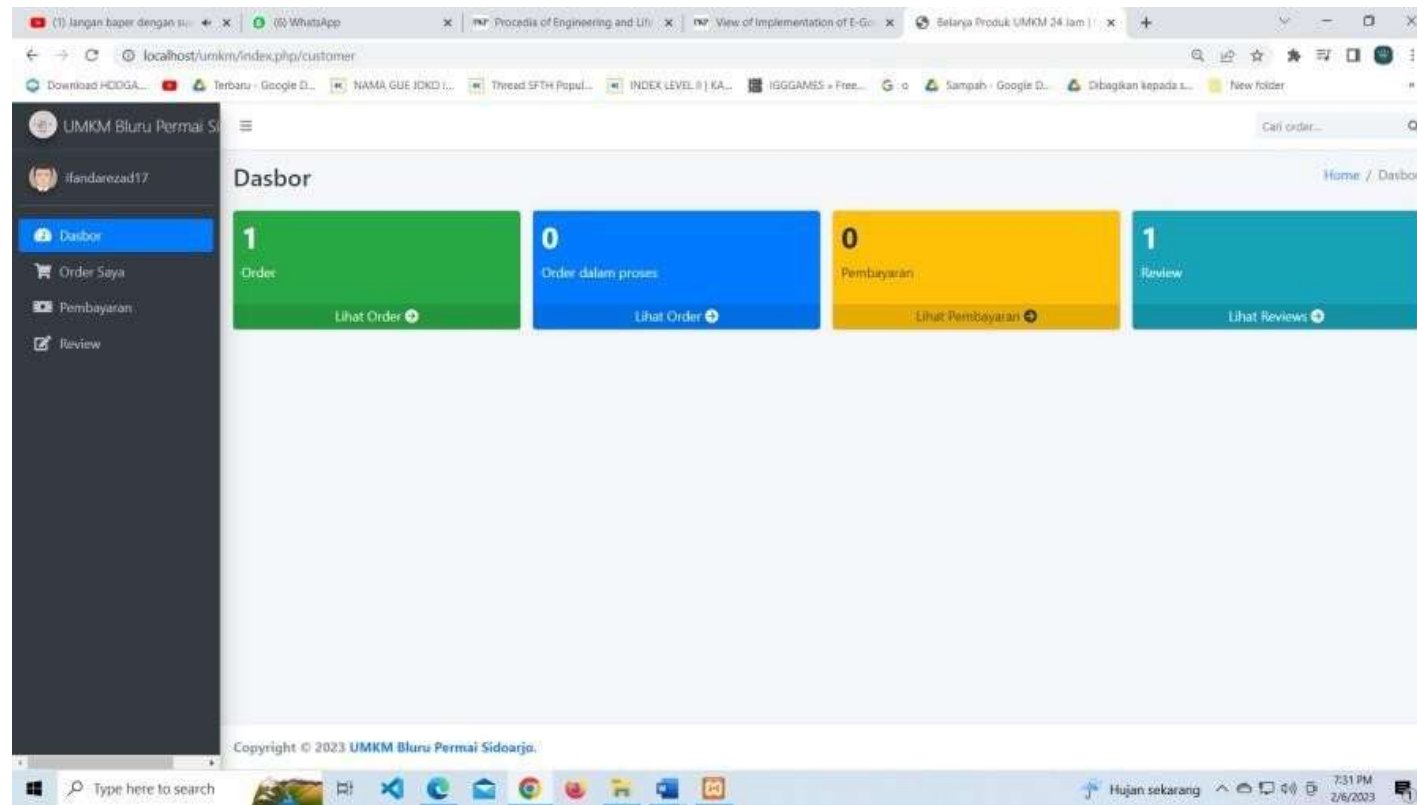
Hasil

- Halaman login



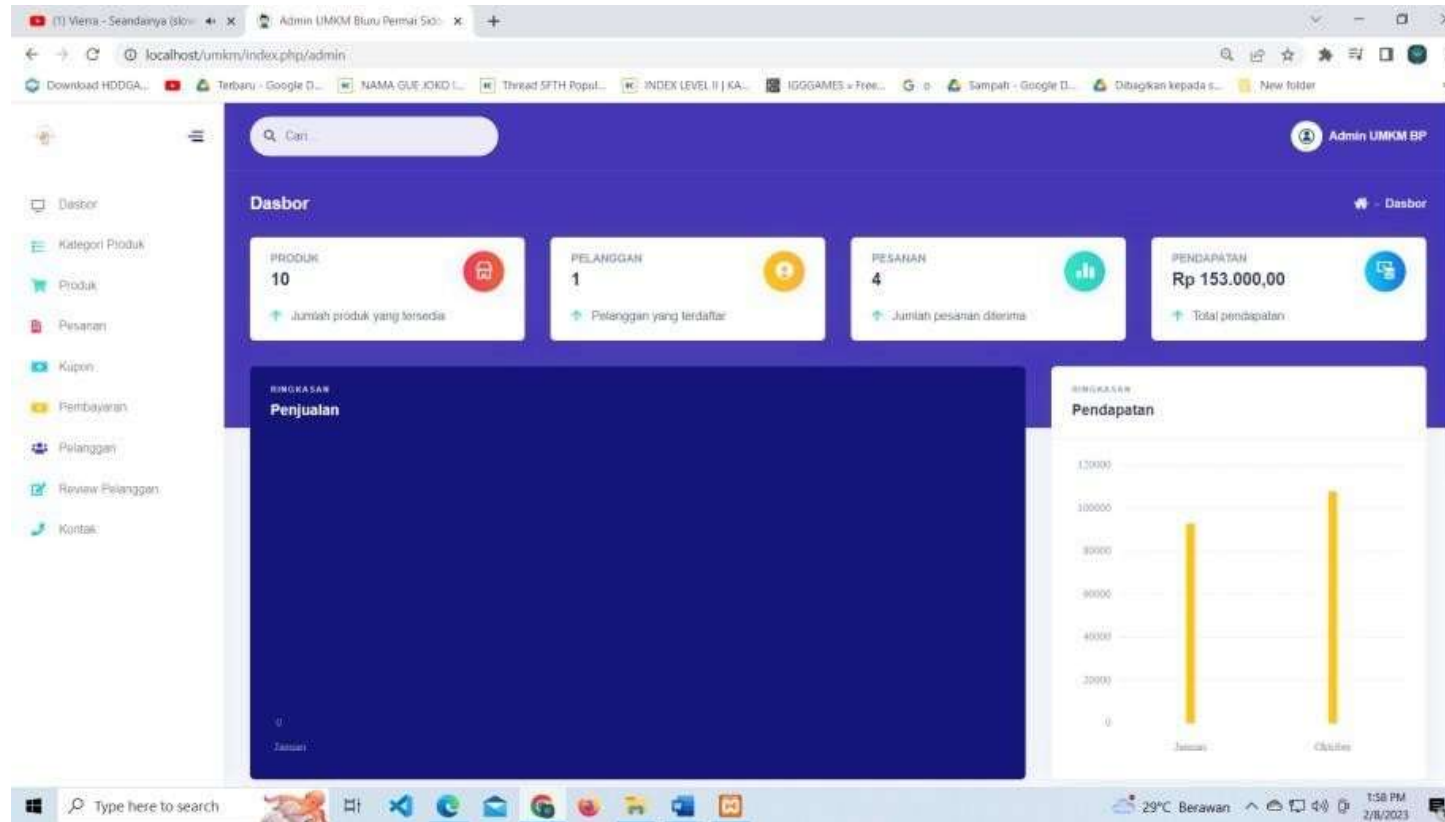
Hasil

- Halaman dashboard user



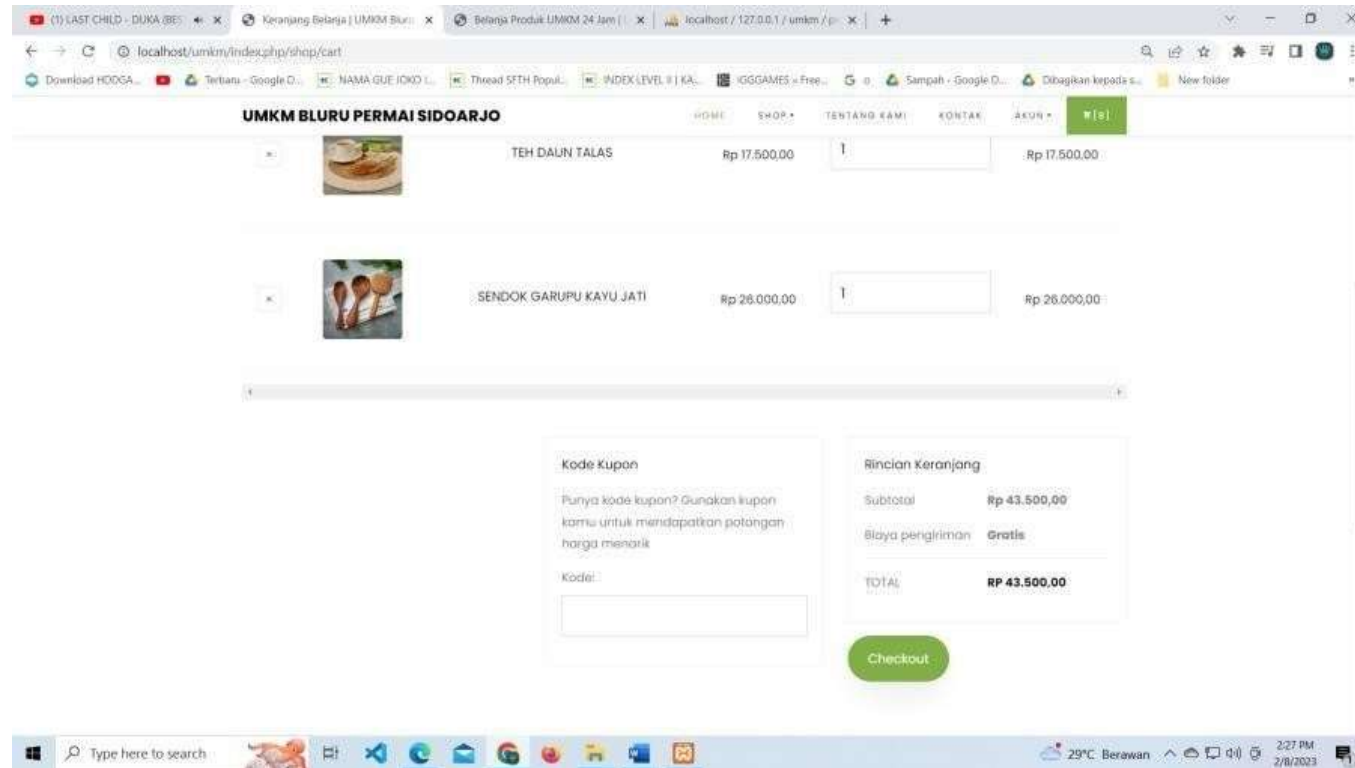
Hasil

- Halaman Dashboard Admin



Hasil

Halaman Checkout



Kesimpulan

- Implementasi Online Marketplace ini bertujuan untuk mempermudah Penjualan produk umkm dan untuk melebar pasar agar para penjual dari luar kota dapat mengetahui produk-produk unggulan yang ada di desa BluruPermai Sidoarjo. User / pengguna dapat melakukan transaksi/membeli produk-produk umkm yang di sediakan di sistem dan untuk pelaku umkm juga dapat mendaftarkan produk-produk yang mereka buat, dengan adanya sistem ini pelaku umkm dapat sedikit terbantu untuk menjual produk mereka dan untuk mempermudah calon pelanggan yang ingin mencari produk-produk umkm tanpa susah payah untuk keluar rumah.

Referensi

- 1] A. M. Afrilia, "DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 'WAROENK ORA UMUM' DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN," *J. Ris. Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 147–157, 2018, doi: 10.24329/jurkom.v1i1.21.
- [2] D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, "Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017.
- [3] I. Setiawati and P. Widyartati, "Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM," in *Proceedings*, 2017, vol. 1, no. 1.
- [4] V. Reimers, C.-W. Chao, and S. Gorman, "Permission email marketing and its influence on online shopping," *Asia Pacific J. Mark. Logist.*, vol. 28, no. 2, 2016.
- [5] M. C. Cant and J. A. Wiid, "The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: a South African perspective," *Probl. Perspect. Manag.*, vol. 14, no. 1, pp. 64–70, 2016.
- [6] Aceng Abdul Wahid, "Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem Informasi," *J. Ilmu-ilmu Inform. dan Manaj. STMIK*, no. November, pp. 1–5, 2020.
- [7] I. A. Ridlo, "Panduan pembuatan flowchart," *Fak. Kesehat. Masy.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–27, 2017.
- [8] D. H. Wibowo and S. Zainul Arifin, "Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diujung Solo)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, 2015.
- [9] R. H. Putra and I. R. I. Astutik, "Design and Build a Web-Based CCTV Sales Information System," *Indones. J. Innov. Stud.*, vol. 20, pp. 10–21070, 2022.
- [10] Y. A. Pratiwi, R. U. Ginting, H. Situmorang, and R. Sitanggang, "Perancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Di Smp Rahmat Islamiyah," *J. Teknol. Kesehat. Dan Ilmu Sos.*, vol. 2, no. 1, pp. 27–32, 2020.
- [11] H. Rhojiqin, "Perancangan sistem pemesanan barang oleh pegawai pada coop mart koperasi pegawai negeri UIN Alauddin Makassar." Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018.
- [12] N. A. Rahmawati and A. C. Bachtiar, "Analisis dan perancangan sistem informasi perpustakaan sekolah berdasarkan kebutuhan sistem," *Berk. Ilmu Perpust. dan Inf.*, vol. 14, no. 1, pp. 76–86, 2018.
- [13] S. F. Yanti, Y. D. Lestari, and D. Hidayat, "SISTEM INFORMASI UNTUK MENENTUKAN PENERIMAAN BANTUAN PROGRAM KELUARGA HARAPAN DI KELURAHAN PASAR MERAH TIMUR," *J. Tekinkom (Teknik Inf. dan Komputer)*, vol. 5, no. 2, pp. 409–418, 2022.
- [14] M. Abdurahman, "Sistem Informasi Pengolahan Data Pembelian Dan Penjualan Pada Toko Koloncucu Ternate," *IJIS-Indonesian J. Inf. Syst.*, vol. 2, no. 1, pp. 18–26, 2017.
- [15] R. Afyenni, "Perancangan data flow diagram untuk Sistem informasi sekolah (studi kasus pada sma pembangunan Laboratorium unp)," *J. Teknoif Tek. Inform. Inst. Teknol. Padang*, vol. 2, no. 1, pp. 35–39, 2014.

