

PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA PARE TAKOYAKI MELALUI PEMBUATAN APLIKASI E-COMMERCE

Wahyuddin¹, Hasnawati², Raisul Amin R³, Ferdiansyah⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Parepare
e-mail: wahyuddin081090@gmail.com¹, hasnainformatika@gmail.com², raisulamin07@gmail.com³,
ferdiansyah0625@gmail.com⁴

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia berkontribusi sebesar 60,6% terhadap PDB nasional. Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal. Contohnya, Pare Takoyaki, UMKM yang menjual takoyaki khas Jepang di Parepare, mengandalkan penjualan langsung dan pemasaran mulut ke mulut. Pembuatan aplikasi e-commerce dapat membantu UKM meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, metode yang digunakan untuk membantu Pare Takoyaki adalah kombinasi dari Difusi Ipteks, Pelatihan, dan Advokasi. Aplikasi e-commerce akan dikembangkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UKM tersebut. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menyatakan bahwa penerapan e-commerce dapat meningkatkan daya saing UKM. Dengan adanya aplikasi e-commerce untuk Pare Takoyaki memungkinkan mereka mengelola bisnis secara efisien, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar melalui saluran online. Kegiatan pelatihan juga membantu pemilik dan karyawan Pare Takoyaki dalam menggunakan dan mengelola aplikasi e-commerce secara efektif. Kegiatan pengabdian masyarakat berhasil membantu Pare Takoyaki menerapkan pemasaran digital melalui pengembangan aplikasi e-commerce. Untuk penelitian lebih lanjut, perlu dilakukan evaluasi berkala dan pengembangan berkelanjutan terhadap aplikasi e-commerce yang telah diimplementasikan. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau fitur tambahan sesuai dengan kebutuhan bisnis Pare Takoyaki yang terus berkembang.

Kata kunci: UKM, E-Commerce, Pemasaran Digital

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia contribute 60.6% to the national GDP. However, many SMEs have not utilized digital marketing optimally. For example, Pare Takoyaki, an MSME selling Japanese takoyaki in Parepare, relies on direct sales and word-of-mouth marketing. The creation of e-commerce applications can help SMEs increase sales and expand market reach. In community service activities, the method used to help Pare Takoyaki is a combination of science and technology diffusion, training, and advocacy. An e-commerce application will be developed to expand market reach and increase the competitiveness of these SMEs. The results of this community service activity state that the application of e-commerce can increase the competitiveness of SMEs. The e-commerce application for Pare Takoyaki allows them to manage their business efficiently, increase sales, and expand market reach through online channels. The training activities also help the owners and employees of Pare Takoyaki to use and manage e-commerce applications effectively. Community service activities have successfully helped Pare Takoyaki implement digital marketing through the development of e-commerce applications. For further research, it is necessary to conduct periodic evaluations and continuous development of e-commerce applications that have been implemented. This aims to identify areas that require improvement or additional features according to the growing business needs of Pare Takoyaki.

Keywords: Smes, E-Commerce, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, seperti yang ditegaskan oleh (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023), dengan kontribusi sebesar 60,6% terhadap PDB nasional. Namun sering menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Di tengah era digital saat ini, kehadiran online menjadi esensial bagi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. Namun, banyak UMKM yang masih tertinggal dalam memanfaatkan peluang digital marketing secara optimal. Salah satu contohnya adalah Pare Takoyaki, UMKM yang memproduksi dan menjual takoyaki khas Jepang di Parepare. Penjualan Pare Takoyaki selama ini

mengandalkan penjualan langsung di toko dan pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasarnya terbatas, yang terbukti kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Setiawan, 2021). Padahal, penerapan digital marketing dapat memberikan peluang bagi UKM untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu strategi digital marketing yang efektif adalah pembuatan aplikasi e-commerce. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan e-commerce dapat meningkatkan daya saing UKM (Rahayu & Day, 2017). Selain itu, pengabdian masyarakat di Jawa Barat juga menemukan bahwa pelatihan e-commerce dapat membantu UKM dalam memasarkan produknya secara online (Sulistiani & Nugraha, 2020). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Pare Takoyaki dalam menerapkan digital marketing melalui pembuatan aplikasi e-commerce, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan daya saing di era digital.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini, metode yang digunakan adalah kombinasi dari Difusi Ipteks, Pelatihan, dan Advokasi, yaitu:

1. Difusi Ipteks. Kegiatan ini menghasilkan produk berupa aplikasi e-commerce bagi kelompok sasaran, yaitu Pare Takoyaki. Aplikasi e-commerce ini akan dikembangkan oleh tim pengabdian masyarakat dengan menyesuaikan kebutuhan dan karakteristik Pare Takoyaki.
2. Pelatihan. Kegiatan pelatihan akan dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pemilik dan karyawan Pare Takoyaki dalam menggunakan dan mengelola aplikasi e-commerce yang telah dikembangkan. Pelatihan akan disertai dengan demonstrasi dan contoh-contoh praktis agar peserta dapat memahami secara mendalam tentang penggunaan aplikasi e-commerce untuk memasarkan dan menjual produk secara online.
3. Advokasi. Tim pengabdian masyarakat akan memberikan pendampingan kepada Pare Takoyaki dalam implementasi aplikasi e-commerce. Pendampingan ini meliputi konsultasi, evaluasi, dan pemberian saran perbaikan untuk memastikan aplikasi e-commerce berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan bisnis Pare Takoyaki.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Tampilan Kelola Produk

Pada Gambar 1. Memungkinkan Pare Takoyaki untuk mengelola katalog produk mereka, seperti menambahkan, mengubah, atau menghapus produk. Pelanggan dapat melihat daftar produk yang tersedia, kategori, stok, dan harga.



Gambar 2. Tampilan Laporan dan Manajemen

Pada Gambar 2. Menunjukkan fitur "Laporan" yang menyediakan berbagai laporan penting bagi Pare Takoyaki, seperti laporan transaksi, produk terjual, stok produk, kategori, pengeluaran, dan ekspor data ke Excel untuk analisis lebih lanjut.



Gambar 3. Tampilan Pelacakan Transaksi

Pada Gambar 3. Terdapat "Laporan Transaksi" yang memungkinkan Pare Takoyaki untuk melacak transaksi penjualan, baik secara keseluruhan maupun per transaksi individu. Informasi yang ditampilkan meliputi tanggal, jumlah pesanan, total profit, dan rincian setiap transaksi.



Gambar 4. Tampilan Antarmuka Kasir

Pada Gambar 4. Menampilkan antarmuka "Kasir Mini" yang merupakan bagian penting dari aplikasi e-commerce. Antarmuka ini memungkinkan Pare Takoyaki untuk melakukan transaksi penjualan secara langsung, baik secara online maupun offline. Fitur ini juga mencakup pengelolaan riwayat, pengeluaran, cetak resi, dan manajemen kasir.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan e-commerce dapat meningkatkan daya saing UKM (Rahayu & Day, 2017). Dengan adanya aplikasi e-commerce yang dikembangkan untuk Pare Takoyaki memiliki beberapa fitur utama, seperti katalog produk, laporan dan manajemen, pelacakan transaksi, serta antarmuka kasir. Fitur-fitur tersebut memungkinkan Pare Takoyaki untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar melalui saluran online. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yang dilakukan, yaitu membantu Pare Takoyaki dalam menerapkan digital marketing melalui pembuatan aplikasi e-commerce. Selain itu, kegiatan pelatihan yang diberikan kepada pemilik dan karyawan Pare Takoyaki memastikan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan dan mengelola aplikasi e-commerce secara efektif. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yang dilakukan, yaitu membantu Pare Takoyaki dalam menerapkan digital marketing melalui pembuatan aplikasi e-commerce.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil membantu Pare Takoyaki dalam menerapkan digital marketing melalui pengembangan aplikasi e-commerce. Aplikasi yang dikembangkan memiliki fitur-fitur penting seperti katalog produk, laporan dan manajemen, pelacakan transaksi, serta antarmuka kasir yang terintegrasi. Dengan adanya aplikasi tersebut, Pare Takoyaki dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, meningkatkan penjualan secara signifikan, dan memperluas jangkauan pasar melalui saluran online. Selain itu, antarmuka kasir yang terintegrasi memungkinkan Pare Takoyaki untuk melakukan penjualan secara langsung di toko mereka dengan menggunakan aplikasi yang sama, memberikan kemudahan dan efisiensi dalam mengelola bisnis secara keseluruhan. Hasil positif ini sejalan dengan penelitian dan pengabdian masyarakat sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan e-commerce dapat meningkatkan daya saing UKM dan membantu memasarkan produk secara online. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan seperti kebutuhan untuk terus meningkatkan strategi pemasaran digital dan evaluasi berkala terhadap penggunaan aplikasi e-commerce agar tetap relevan dan efektif di tengah persaingan yang semakin ketat.

SARAN

Untuk penelitian lebih lanjut, perlu dilakukan evaluasi berkala dan pengembangan berkelanjutan terhadap aplikasi e-commerce yang telah diimplementasikan. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi area-area yang masih memerlukan perbaikan atau fitur tambahan sesuai dengan kebutuhan bisnis Pare Takoyaki yang terus berkembang. Selain itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas Pare Takoyaki di pasar online dan menghadapi persaingan yang semakin ketat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Parepare, Fakultas Teknik, dan RisetMU yang telah memberikan dukungan finansial terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dukungan tersebut sangat membantu dalam proses pengembangan aplikasi e-commerce dan implementasinya pada Pare Takoyaki.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugraha, R., Nugraha, N., Abbas, C. J., Sugiharto, T., & Sulistiani, M. (2020). pengenalan Software JBatik pada karyawan Nisya Batik Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(01).
Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Profil UMKM Indonesia 2023*.
Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7, 25-41.
Setiawan, B. (2021). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Kewirausahaan*, 23(1), 1-10.