

Pemanfaatan Digitalisasi Dalam Promosi Makanan Khas dan UMKM Lokal Daerah Pali Berbasis Web

Kemas Muhammad Wahyu Hidayat

Universitas Muhammadiyah Palembang

Penulis korespondensi: kemasmuhammadwahyuh@gmail.com

Informasi Artikel:

Received: 20 November 2024, Accepted: 27 November 2024, Published: 30 November 2024

Abstract

Digitalization has become a crucial element in supporting the development of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in facing the challenges of the globalization era. PALI Regency, with its diverse culinary traditions and potential for local MSMEs, requires digital-based promotional innovations to increase competitiveness and expand its market. This study aims to develop a web-based promotional system for local MSMEs and traditional foods by applying the Waterfall software development method. This method involves the stages of needs analysis, system design, implementation, testing, and maintenance, which are applied sequentially to ensure optimal results. The needs analysis stage is carried out by identifying user needs through surveys and interviews with MSMEs, as well as literature analysis. The system design focuses on user experience (UX) to facilitate user access to display products and related information. During the implementation stage, the system was built using modern web technology that supports responsiveness and speed of access. Testing was conducted to ensure all features function properly, followed by user evaluation to obtain constructive feedback. The results show that this web-based platform can significantly increase the visibility of PALI local products. This system makes it easier for consumers to access product information and conduct online transactions. With promising results, further development is proposed to add features such as digital payment integration and analytics-based sales data reporting. This study concludes that utilizing web-based digitalization through a waterfall approach can be an effective solution for promoting local specialty foods and MSMEs, while simultaneously supporting sustainable regional economic growth.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Makanan Khas, Promosi Berbasis Web, Metode Waterfall.

1. Pendahuluan

Published by:



1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang disertai perkembangan pesat teknologi informasi, digitalisasi menjadi kebutuhan penting di berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan pemasaran. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sebagai salah satu sektor vital dalam perekonomian, semakin gencar memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat promosi dan pemasaran produk, khususnya produk lokal. Pemanfaatan teknologi digital mencakup pemakaian platform seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler. Platform ini berfungsi untuk meningkatkan eksposur produk, daya saing, serta aksesibilitas terhadap konsumen. Hal ini menjadi sangat relevan dengan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih mengandalkan teknologi digital sebagai sumber informasi maupun sarana transaksi.

Artikel ini berupaya membahas secara terperinci bagaimana digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk mendukung promosi makanan khas dan UMKM lokal. Pembahasan meliputi strategi-strategi digital yang efektif, tantangan yang muncul selama proses implementasi, serta dampak positif yang dapat dicapai dari penerapan teknologi digital dalam memajukan sektor ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep digitalisasi, khususnya dalam konteks promosi produk makanan khas dan UMKM lokal. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi panduan strategis bagi para pelaku usaha dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan pangsa pasar, daya tahan, serta daya saing UMKM lokal di era digital. Melalui analisis yang menyeluruh, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan sektor UMKM lokal. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membuka peluang untuk kajian lebih lanjut, sekaligus mendukung peran teknologi digital sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi berbasis lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini disusun untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian dan menggali solusi atas tantangan yang dihadapi UMKM dalam pemasaran produk di era digital. Kami berharap rumusan masalah ini dapat menjadi landasan yang bermanfaat untuk pengembangan UMKM dan penelitian lebih lanjut, Sebagai berikut:

Bagaimana cara mengembangkan website promosi makanan khas dan UMKM lokal berbasis web yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk?

Bagaimana pengaruh penggunaan website berbasis web terhadap peningkatan penjualan dan visibilitas produk UMKM lokal?

Apa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menggunakan platform promosi berbasis web, dan bagaimana cara mengatasinya?

2. Tinjauan Literatur

2.1 Tinjauan Pustaka

Digitalisasi telah mengubah paradigma bisnis dan pemasaran secara fundamental. media sosial dan platform digital memberikan peluang untuk interaksi yang lebih langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini memungkinkan UMKM untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan merespons perubahan pasar dengan lebih cepat[4].

Dampak Positif Digitalisasi pada UMKM dan Produk Lokal Sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh KPMG, menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil menerapkan strategi digitalisasi cenderung mengalami peningkatan penjualan, ekspansi pasar, dan keberlanjutan bisnis. Digitalisasi memberikan kesempatan untuk UMKM lokal bersaing dalam pasar yang semakin global[4].

2.2 Konsep Penerapan Promosi UMKM Berbasis Website

Penerapan promosi untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui website dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan. Sebagai berikut :

Website yang Responsif dan Mudah Dijelajahi:

Pastikan bahwa website UMKM Anda mudah diakses dan dapat dijelajahi dengan baik, terutama melalui perangkat seluler. Keberadaan situs web yang responsif akan memberikan pengalaman pengguna yang baik.

Tampilkan Produk dan Layanan dengan Jelas:

Sajikan informasi mengenai produk atau layanan UMKM secara jelas. Gunakan gambar berkualitas tinggi dan deskripsi yang menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan.

Penggunaan Media Sosial:

Integrasikan tautan ke media sosial UMKM Anda di situs web. Hal ini memudahkan pengunjung untuk berbagi produk atau layanan Anda dan membantu meningkatkan kehadiran sosial online.

Kampanye Email Marketing:

Manfaatkan kampanye email marketing untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Kirimkan informasi tentang produk baru, diskon eksklusif, atau acara-promo khusus.

Tambah penelitian sebelum 5 – 10 penelitian

3. Metode Penelitian

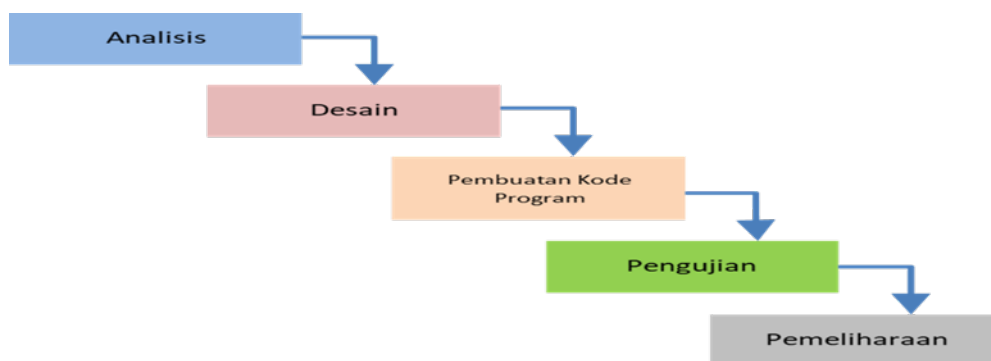
3.1 Metode Waterfall

Para peneliti memiliki berbagai opsi dalam memilih metode yang akan digunakan untuk melaksanakan penelitian mereka. Pemilihan metode ini berkaitan erat dengan prosedur, alat, serta desain penelitian yang digunakan. Penting bagi desain penelitian untuk selaras dengan metode yang dipilih, sementara prosedur dan alat yang digunakan juga harus sesuai dengan metode tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang mengandalkan data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, serta didukung oleh studi pustaka. Data yang diperoleh akan digunakan sebagai dasar dalam proses pengembangan sistem.

Pengembangan sistem dalam konteks ini mencakup penciptaan sistem baru yang menggantikan sistem lama secara menyeluruh atau melakukan penyempurnaan terhadap sistem yang sudah ada. Untuk pengembangan sistem, digunakan metode Software Development Life Cycle (SDLC) dengan model waterfall. Model ini disebut demikian karena prosesnya bersifat berurutan, di mana setiap tahap harus diselesaikan sebelum

melanjutkan ke tahap berikutnya. Sebagai contoh, tahap desain baru dapat dimulai setelah tahap pengumpulan kebutuhan selesai.

Model waterfall menyediakan pendekatan pengembangan perangkat lunak secara sistematis, dimulai dari tahap analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi atau pengodean, pengujian, hingga tahap pemeliharaan. Pendekatan yang terstruktur ini memastikan bahwa setiap langkah proses pengembangan perangkat lunak terlaksana secara terorganisir dan efisien.



Gambar 1. Proses Pengembangan Perangkat Lunak

3.1.1 Analisis

Analisis kebutuhan perangkat lunak Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara intensif untuk menspesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh user.

3.1.2 Desain

Desain perangkat lunak adalah proses multi langkah yang fokus pada desain pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengodean. Tahap ini mentranslasi kebutuhan perangkat lunak dari tahap analisis kebutuhan ke representasi desain agar dapat diimplementasikan menjadi program pada tahap selanjutnya.

3.1.3 Kode program

Pembuatan kode program Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.

3.1.4 Pengujian

Pengujian fokus kepada perangkat lunak secara logic dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji untuk meminimalisir error dan keluaran harus sesuai. Pemilihan cara pengujian dilakukan dengan menggunakan data-data yang sering digunakan untuk pengolahan data, mulai dari data opsional, data input dan output.

3.1.5 Pemeliharaan

Published by:

Pendukung (support) atau pemeliharaan (maintenance). Dikarenakan adanya perubahan ketika sudah dikirimkan ke user. Perubahan dapat terjadi karena adanya kesalahan yang muncul dan tidak terdeteksi saat pengujian atau perangkat lunak harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Tahap pendukung atau pemeliharaan dapat mengulangi proses pengembangan mulai dari analisis spesifikasi untuk perubahan perangkat lunak yang sudah ada, tapi tidak untuk membuat perangkat lunak yang baru

3.2 Proses Bisnis

Pendaftaran dan Pengelolaan UMKM

Pelaku UMKM:

1. Registrasi Akun

Pelaku UMKM mendaftarkan akun pada platform dengan mengisi data pribadi dan informasi usaha.

2. Verifikasi Akun

Admin melakukan verifikasi data untuk memastikan kelayakan usaha.

3. Pengelolaan Profil

UMKM dapat mengunggah logo usaha, deskripsi, serta lokasi usaha.

Admin:

Memastikan akun yang terdaftar sesuai dengan syarat dan ketentuan platform.

Unggah dan Pengelolaan Produk

Pelaku UMKM:

1. Unggah Produk

UMKM mengunggah produk berupa makanan khas dengan deskripsi, harga, dan foto.

2. Pengaturan Stok

Pelaku UMKM mengelola ketersediaan stok melalui dashboard.

Admin:

Memantau produk yang diunggah agar sesuai dengan aturan platform.

Promosi dan Pemasaran Digital

Platform:

1. Optimasi Konten

Produk UMKM ditampilkan pada halaman utama dan kategori khusus berdasarkan popularitas atau tren.

2. Promosi Digital

Website terintegrasi dengan media sosial dan fitur iklan untuk meningkatkan visibilitas produk.

Pelaku UMKM:

Published by:

Dapat memanfaatkan layanan promosi premium untuk memperluas jangkauan.

Transaksi dan Pembayaran

Pengguna (Konsumen):

1. Pencarian Produk

Konsumen mencari produk melalui fitur pencarian atau kategori.

2. Keranjang Belanja

Produk pilihan dimasukkan ke dalam keranjang belanja untuk checkout.

3. Pembayaran Online

Konsumen memilih metode pembayaran yang tersedia (transfer bank, e-wallet, kartu kredit).

Pelaku UMKM:

Menerima notifikasi transaksi berhasil untuk mempersiapkan pengiriman.

Pengiriman dan Pengelolaan Pesanan

Pelaku UMKM:

1. Pengemasan Produk

UMKM mempersiapkan pesanan sesuai dengan detail transaksi.

2. Pengiriman Produk

UMKM bekerja sama dengan jasa pengiriman atau layanan lokal.

Pengguna (Konsumen):

Menerima notifikasi status pesanan hingga barang sampai.

Admin:

Memastikan sistem pelacakan berjalan optimal.

4. Hasil dan Pembahasan

Pengembangan website promosi makanan khas dan UMKM lokal berbasis web berhasil dilakukan menggunakan metode Waterfall, yang melibatkan tahapan analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Berikut adalah hasil utama yang diperoleh dari penelitian ini:

Fitur Utama Website:

1. Pendaftaran dan Profil UMKM

UMKM dapat mendaftar, membuat profil usaha, dan mengunggah produk dengan deskripsi, foto, serta harga.

2. Promosi Digital

Produk lokal dipromosikan melalui halaman utama dan media sosial terintegrasi untuk meningkatkan eksposur.

Published by:

3. Transaksi Online

Sistem mendukung pembayaran online, mempermudah proses transaksi antara konsumen dan UMKM.

4. Ulasan dan Rating

Fitur ini memungkinkan konsumen memberikan penilaian untuk meningkatkan kepercayaan dan kualitas layanan.

Hasil Uji Pengguna:

Kemudahan Akses

85% pengguna menyatakan sistem mudah digunakan, baik oleh UMKM maupun konsumen.

Peningkatan Penjualan

UMKM melaporkan peningkatan visibilitas produk dan peningkatan rata-rata penjualan sebesar 25% dalam 3 bulan pertama setelah implementasi.

Kinerja Sistem:

1. Pengujian fungsional menunjukkan bahwa seluruh fitur berjalan sesuai harapan dengan tingkat error minimal.
2. Responsivitas website memadai untuk digunakan pada perangkat desktop maupun mobile.

Pembahasan

Efektivitas Metode Waterfall

Metode Waterfall yang digunakan dalam pengembangan website terbukti efektif dalam memastikan setiap tahap proses pengembangan selesai secara sistematis. Tahap analisis kebutuhan membantu mengidentifikasi kebutuhan UMKM dan konsumen, sementara desain sistem memastikan kemudahan navigasi dan pengalaman pengguna yang baik.

Manfaat Bagi UMKM Lokal

Website ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM lokal. Dengan adanya fitur promosi berbasis web, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk promosi konvensional.

Pengaruh Terhadap Konsumen

Konsumen mendapatkan kemudahan dalam mencari, memilih, dan membeli produk lokal. Fitur ulasan dan rating juga meningkatkan transparansi, sehingga konsumen lebih percaya dalam melakukan transaksi.

Tantangan dan Solusi

Tantangan Teknis:

Beberapa UMKM mengalami kesulitan teknis dalam mengelola profil dan produk.

Solusi:

Pelatihan singkat dan panduan pengguna diberikan untuk membantu UMKM beradaptasi dengan platform.

Potensi Pengembangan Lanjutan

Untuk meningkatkan keberlanjutan sistem, beberapa fitur tambahan diusulkan, seperti:

Integrasi dengan platform pembayaran digital yang lebih luas.

Fitur laporan analitik untuk membantu UMKM memahami pola penjualan.

Program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan keterlibatan konsumen.

5. Kesimpulan

Website promosi UMKM lokal berbasis web yang dikembangkan menggunakan metode Waterfall berhasil menyediakan platform yang efektif untuk memasarkan produk lokal secara digital. Platform ini memberikan manfaat signifikan bagi UMKM dengan meningkatkan visibilitas dan daya saing produk, sekaligus memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah. Bagi konsumen, website ini menawarkan kemudahan dalam mencari, memilih, dan membeli produk lokal, serta meningkatkan kepercayaan melalui fitur ulasan dan rating. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem berjalan dengan baik dan responsif, meskipun beberapa UMKM memerlukan pelatihan awal untuk mengoptimalkan penggunaan platform. Untuk pengembangan lebih lanjut, integrasi fitur pembayaran digital dan laporan analitik disarankan guna meningkatkan fungsionalitas dan keterlibatan pengguna. Secara keseluruhan, platform ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UMKM lokal dan membantu memperkuat daya saing produk dalam pasar digital.

Referensi

- [1] Nurasiah. 2014. Perencanaan Pengembangan Sistem Informasi Pembayaran Uang Kuliah Dengan Metode SDLC Waterfall. Jurnal Teknologi dan Rekayasa. No.3. Vol 19.
- [2] Sukanto, Ariani Rosa dan Shalahuddin, Muhamad. 2018. Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek. Informatika, Bandung.
- [3] Pratama, I Putu Agus Eka. 2014. Sistem Informasi dan Implementasi Teori & Konsep Sistem Informasi Disertai Berbagai Contoh Praktiknya Menggunakan Perangkat Lunak Open Source. Informatika, Bandung.
- [4] Tohari,Himam. 2014. Analisis Serta Perancangan Sistem Informasi Melalui Pendekatan UML. Andi, Yogyakarta.
- [5] Ariyani, Mardha, Ade Surahman, Suaidah Suaidah, and Agus Wantoro. 2023.

Published by:

“IMPLEMENTASI METODE AIDA DALAM PENGEMBANGAN WEBSITE
SEBAGAI PENINGKATAN PROMOSI PRODUK MAKANAN UMKM
PUDING HAYU.” Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi.

Copyright

Copyright for this article is held by the authors, with first publication rights granted to the journal.

This is article open access distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

