

**ANALISIS SISTEM INFORMASI DALAM PENGEMBANGAN BISNIS DIGITAL
UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA UMKM KECAMATAN
BENGKALIS****¹⁾ Annisa Budy Aulia ²⁾ Suci Hikmatul Jannah ³⁾ Titin Sumarni**Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Sekolah
Tinggi Agama Islam Negeri BengkalisEmail: annisaauliaaa1909@gmail.com sucihikmatuljannah@gmail.com
titinijal@gmail.com**Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia serta sebagai pilar fundamental ekonomi bagi masyarakat. Namun, masih terdapat kendala dalam mempromosikan produk UMKM, terutama di Kabupaten Bengkalis, di mana promosi masih dilakukan secara konvensional dengan keterbatasan jangkauan dan efektivitas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi berbasis web untuk memperluas jangkauan promosi produk UMKM dan meningkatkan pendapatan mereka. Dengan memanfaatkan media sosial dan digital marketing, sistem ini memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, meningkatkan visibilitas produk, dan memperluas pasar. Selain itu, pembinaan sumber daya manusia terkait teknologi informasi menjadi kunci keberhasilan implementasi sistem ini. Hasilnya adalah platform dagangkita.com, yang memberikan kemudahan dalam pencarian produk, promosi UKM premium, produk unggulan, dan iklan produk. Diharapkan bahwa sistem ini tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Bengkalis, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional secara keseluruhan

Kata Kunci:Sistem, Informasi, Bisnis, Digital**Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam upaya menurunkan tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. UMKM dianggap sebagai pilar fundamental ekonomi bagi masyarakat kelas menengah dan kelas bawah. Ini disebabkan oleh kemampuan UMKM dalam menyerap banyaknya tenaga kerja, yang pada gilirannya dapat mengurangi tingkat pengangguran.¹ Tidak hanya itu, sektor UMKM juga merupakan representasi dari mayoritas pelaku usaha di Indonesia, mencapai sekitar 99%. Kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara mencapai sekitar 60%, dan menyediakan lapangan kerja bagi sekitar 97% pekerja yang terdampak oleh berbagai krisis, termasuk epidemi seperti pandemi Covid-19.²

UMKM merupakan sektor yang penting dalam memajukan perekonomian. Sebab peluang usaha terbentang luas, sehingga dapat meminimalkan pengangguran. Dalam proses memasarkan produk maupun jasa pelaku usaha di

¹ Purnama Sari Purba, Muhammad Ikhsan Harahap, and Nurbaiti, "Analisis Pengembangan UMKM Go Digital Dalam Penyelamatan Ekonomi Indonesia Menghadapi Resesi Ekonomi," *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* 23, no. 2 (2023).h. 428

² Ibid.

Kabupaten Bengkayang rata-rata relatif sudah menggunakan teknologi digital sebagai sarana untuk mempermudah proses penjualan, hanya saja terdapat kendala dalam proses tersebut yakni sebagian besar pelaku usaha terkendala dengan jaringan atau signal yang kurang lancar.³

Sebagai salah satu fondasi utama dalam struktur ekonomi Indonesia, sektor UMKM telah terbukti memegang peranan yang signifikan dalam menjaga stabilitas ekonomi negara, terutama pada masa krisis keuangan pada tahun 1998. Hal yang sama terjadi pada masa pandemi Covid-19, di mana sektor UMKM menunjukkan potensi besar dalam mempercepat pemulihan ekonomi nasional.

Kemajuan teknologi dan informasi saat ini tidak dapat dihindarkan, dan telah berkembang diberbagai sektor, mulai bisnis, pendidikan, kesehatan dan masih banyak sektor yang lain dalam kehidupan yang tidak dapat lepas dari teknologi dan informasi. Teknologi juga telah memudahkan banyak jenis pekerjaan sehingga ini dianggap menjadi sebuah ancaman bagi banyak pihak, namun disisi lain juga memunculkan banyak peluang dan kesempatan baru.⁴

Di era digital fintech 4.0 sekarang menjadi peluang bagi UMKM untuk memajukan usahanya sendiri. Karena UMKM mampu meluaskan sumber daya alam dan sumber daya manusia dengan baik, pertumbuhan UMKM atau juga dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah dapat mewakili perkembangan lain yang revolusioner yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat dan perekonomian bangsa. sehingga UMKM dapat bersaing dengan negara maju di pasar global. Sebelumnya, sebelum kemajuan teknologi cukup modern seperti saat ini, orang menyelesaikan semua kegiatan keuangan mereka secara fisik dan itu membutuhkan investasi yang sangat lama untuk melakukan kegiatan bisnis dan perdagangan.⁵

Seiring kemajuan teknologi dari waktu ke waktu, ia menjadi lebih canggih dan mampu mengubah perspektif orang tentang teknologi. Alhasil, teknologi modern sangat bermanfaat untuk berbagai aktivitas manusia, seperti bisnis online dan transaksi ekonomi. UMKM kini dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan barang dagangannya di berbagai industri dan memfasilitasi interaksi antara pembeli dan penjual. Praktik ekonomi yang sebelumnya ditangani secara manual kini menjadi lebih canggih⁶

Melalui ilmu dan teknologi terkhusus lagi teknologi informasi dan komputer UMKM dapat mempersiapkan diri dan menjawab tantangan yang ada. Beberapa

³ Veneranda Rini Hapsari, Usman, and Benedhikta Kikky Vuspitasari, "Analisis Implementasi Teknologi Digital Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Wilayah Perbatasan," *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2023): 1051–1056.

⁴ Tri Sagirani, "Perancangan Sistem Informasi Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Meningkatkan Layanan Pada Pelanggan," *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* 7, no. 1 (2018),h.19.

⁵ Kharina Permata Ayunda Erni Achmad, Emilia, "Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Media Sosial Dan Sosial Media Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion Di Kota Jambi," *Journal Perdagangan Industri dan Moneter* 11, no. 3 (2023).h.29.

⁶ Ibid.

UMKM harus berkembang baik dari sisi pengembangan sumberdaya manusia, pengelolaan usaha, pemanfaatan peralatan dan juga strategi bisnis yang tepat yang dapat menjawab semua tantangan di era ini. UMKM juga dituntut mengandalkan otomatisasi dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu otomatisasi yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangan sistem informasi yang dapat membantu mengelola penjualan, pemasaran sekaligus meningkatkan relasi dengan para pelanggan.

Demi mendorong daya saing UMKM terus meningkat, pemerintah mencanangkan program digitalisasi dengan target sebanyak 30 juta pelaku UMKM masuk dalam ekosistem digital pada tahun 2024. Meskipun menjadi tantangan yang tidak mudah, program harus tetap dilaksanakan demi perbaikan struktur ekonomi nasional yang didominasi oleh sektor usaha tersebut. digitalisasi menjadi kunci utama untuk mendorong pemulihan ekonomi.⁷

UMKM dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, karena pelanggan merupakan salah satu aset yang penting dalam mempertahankan UMKM, sehingga strategi yang tepat dapat diterapkan untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis. Terbatasnya pemanfaatan teknologi karena dianggap barang yang mahal dan rumit oleh UMKM harus dikikis. Dukungan manajemen puncak, pengetahuan terhadap teknologi informasi, biaya, keunggulan kompetitif, kompatibilitas, perhatian terhadap pelanggan dan tekanan persaingan merupakan pendorong penting untuk UMKM dapat mengadopsi pentingnya *Customer Relationship Management*.

Salah satu UMKM yang sangat cepat pergerakannya, lahir, berkembang, bertahan dan juga ada yang gulung tikar adalah UMKM yang bergerak diusaha makanan. Masalah yang sering dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah kesulitan pencatatan dalam proses penjualan, belum dilakukan pencatatan data pelanggan dan data transaksi yang telah dilakukan oleh pelanggan baik besaran pembeliannya maupun pemilihan menu makanan atau minuman. Masalah berikutnya adalah penentuan strategi pemasaran, strategi ini sangat membutuhkan informasi yang dihasilkan dari proses penjualan, dan masalah yang terakhir adalah pengelolaan pelanggan, UMKM kesulitan untuk mengenal pelanggan dengan baik dan personal. Dari masalah-masalah itulah penelitian ini memberikan solusi berupa otomasi dalam pengelolaan UMKM dengan melakukan perencanaan sistem informasi bagi UMKM.⁸

Implementasi IT selain memberi peluang pembangunan dalam sektor ekonomi juga dapat meningkatkan interaksi sosial ke arah yang lebih maju, hal ini karena kesempatan untuk berbagi informasi maupun pengetahuan menjadi semakin luas. Melalui E-commerce mereka mampu meningkatkan penjualan serta mendapatkan umpan balik dari pelanggan atas pelayanan yang mereka berikan.

⁷ Eko Supriyanto, "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah," *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial dan Ekonomi* 3, no. 2 (2023),h.83

⁸ Hasna Indarti Titasari, "Pengaruh E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal* 2, no. 1 (2024),h. 51.

Umpan balik dari pelanggan atas pelayanan yang mereka berikan, yang diberikan dari pemilik usaha. Dengan demikian, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas layanan untuk mencapai target penjualan yang lebih besar.⁹

Dalam pengembangan bisnis digital untuk meningkatkan pendapatan pada UKM di Kecamatan Bengkalis, penting untuk menganalisis sistem informasi yang digunakan. Saat ini, promosi produk UKM di kota tersebut masih dilakukan secara konvensional melalui kedai-kedai, toko-toko/swalayan, dan informasi dari kerabat atau teman. Namun, pendekatan ini belum optimal dalam meningkatkan omset UKM karena kurangnya jangkauan dan efektivitas promosi.¹⁰

Tingkat pemahaman para pelaku UKM terhadap pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi produk masih rendah, yang dipengaruhi oleh minimnya sistem promosi berbasis internet. Namun, terdapat potensi besar dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan promosi dan pendapatan UKM. Beberapa cara yang dapat diterapkan meliputi penggunaan media sosial, pembuatan website, akses internet untuk memantau perkembangan pasar, memberikan layanan tanpa batas waktu, dan menggunakan transaksi bisnis cash on delivery.

Dengan demikian, desain aplikasi promosi berbasis web menjadi solusi yang potensial untuk membantu UKM memperluas jangkauan promosi produk mereka dan meningkatkan pendapatan. Analisis sistem informasi dalam pengembangan bisnis digital menjadi kunci untuk mengidentifikasi kebutuhan dan strategi yang tepat dalam memanfaatkan teknologi informasi secara efektif untuk mendukung pertumbuhan UKM di Kecamatan Bengkalis.¹¹

Identifikasi Masalah

Promosi produk di UMKM Kecamatan Bengkalis masih dilakukan secara konvensional, seperti menggunakan pamflet, brosur, dan informasi dari mulut ke mulut, yang mengakibatkan jangkauan promosi yang terbatas dan kurang efektif dalam meningkatkan pendapatan. Meskipun UMKM di Kecamatan Bengkalis memiliki peralatan IT yang memadai, pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi dan penjualan produk belum optimal, sehingga mengakibatkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan. Data produk UMKM disimpan secara manual dalam bentuk file gambar pada komputer, menghambat pengelolaan informasi produk dan promosi secara efisien, sementara banyak pelaku UMKM yang memiliki tingkat pemahaman rendah terhadap penggunaan teknologi informasi dalam promosi produk, disebabkan minimnya pelatihan dan bimbingan teknis terkait penggunaan teknologi digital. Hal

⁹ Lalu Muhamad Yafi Satria Wardana, Nurabiah Nurabiah, and Animah Animah, "Analisis Sistem Informasi Berbasis Teknologi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Umkm Industri Makanan Di Kota Mataram Yang Terdampak Pandemi Covid-19," *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 3, no. 2 (2023), h. 33.

¹⁰ Kasmawi, Mansur, and Diah Angraina Fitri, "Sistem Informasi Promosi Produk : Studi Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bengkalis," *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi* 9, no. 1 (2018), h. 60.

¹¹ Ibid.

ini juga menyebabkan UMKM mengalami kesulitan dalam mengenal dan mengelola pelanggan secara personal, berdampak pada kurang optimalnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang seharusnya menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pendapatan. Tidak adanya sistem promosi online yang terpadu menyebabkan UKM kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, sehingga sistem promosi online yang efektif sangat diperlukan untuk mendukung pengembangan bisnis digital dan meningkatkan pendapatan UKM.

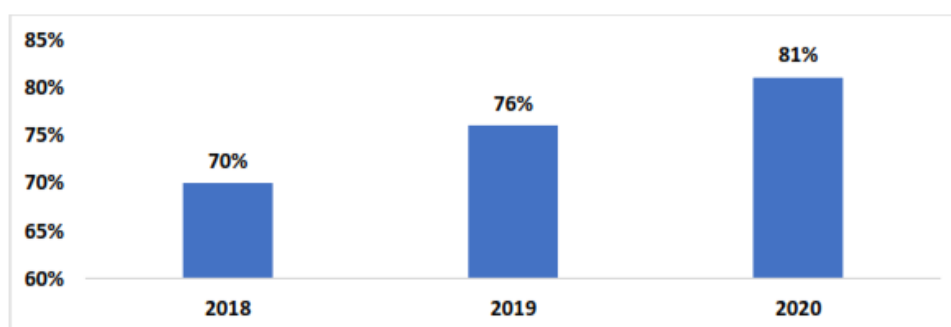
Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode literature. Metode literature adalah pengumpulan data melalui jurnal, paper dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan judul penelitian. Metode literature dipilih karena data dan informasi yang dibutuhkan sudah tersedia melalui penelitian yang sudah terpublikasi secara daring maupun cetak.¹² Dengan menggunakan metode literatur, peneliti dapat mengakses berbagai sumber yang relevan dan terpercaya yang telah melalui proses peer-review dan memiliki validitas yang tinggi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana sistem informasi dapat berperan dalam pengembangan bisnis digital dan peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bengkalis.

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan Industri Kreatif dan UMKM di Kabupaten Bengkalis

Perkembangan kinerja sektor perindustrian dapat diukur melalui indikator cakupan bina kelompok pengrajin. Pembinaan pengrajin memiliki arti penting bagi perkembangan industri kreatif di Kabupaten Bengkalis. Selain menyerap tenaga kerja, kelak juga akan memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah apabila pengrajin dibina dengan baik.¹³



Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Bengkalis, 2021

Tabel 1. Perkembangan Cakupan Kelompok Pengrajin di Kabupaten Bengkalis
Tahun 2018- 2020

Berdasarkan grafik yang tersedia, cakupan bina kelompok pengrajin di Kabupaten Bengkalis menunjukkan tren peningkatan. Pada tahun 2018, cakupan ini

¹² Rintho Rante Rerung, "Analisis Dan Perancangan Sistem Pendukung UMKM Berbasis Teknologi Informasi Analysis and Design of MSMEs Support System Based on Information Technology," *Jurnal Pekommas* 3, no. 1 (2018),h.180.

¹³ Bappeda Kabupaten Bengkalis, "RPJMD Kabupaten Bengkalis Tahun 2021-2026" (2021),h.111.

mencapai 70%, meningkat dari 76% pada tahun 2017. Pada tahun 2020, cakupan bina kelompok pengrajin semakin meningkat hingga mencapai 81%.

Peningkatan ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor kunci, termasuk perkembangan pasar industri dan kemitraan, distribusi bantuan modal usaha yang semakin merata bagi pelaku UMKM, peningkatan kapasitas dan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) pengrajin, serta peningkatan penguasaan teknologi informasi (IT) dan manajemen usaha bagi pelaku industri.

Dalam konteks analisis sistem informasi untuk pengembangan bisnis digital, peningkatan penguasaan IT dan manajemen usaha memainkan peran yang sangat penting. Dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi, UMKM di Kecamatan Bengkalis dapat mengoptimalkan operasional mereka, mengakses pasar yang lebih luas, dan mengelola usaha dengan lebih efisien. Implementasi teknologi digital memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan.

Oleh karena itu, integrasi antara pembinaan pengrajin dan pengembangan sistem informasi bisnis digital merupakan strategi yang efektif untuk mendukung pertumbuhan industri kreatif dan UMKM di Kabupaten Bengkalis. Kombinasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan produktivitas pengrajin tetapi juga membuka peluang baru bagi UMKM untuk berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah.

Analisa sistem promosi produk UKM

Saat ini, hampir seluruh usaha UMKM menggunakan media promosi dan media distribusi berbasis digital marketing. Beberapa usaha yang cenderung ingin bertahan dalam kehidupan offline justru perlahan mengalami kemunduran. Konsumen masa kini yang sebagian besar merupakan kaum milenial berada pada posisi ingin dilayani secara totalitas, mereka menginginkan di era digitalisasi segala hal yang mereka lakukan dapat dijalankan tanpa harus bertatap muka.¹⁴

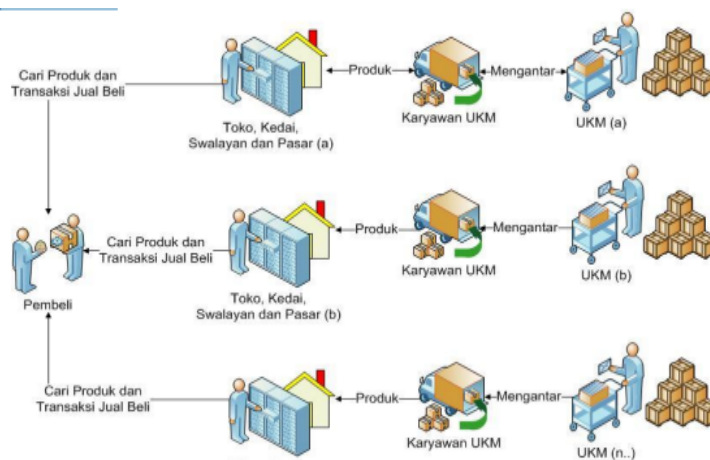
Terkait penelitian tentang pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap UMKM pernah diteliti oleh Sari yang menyatakan bahwa perkembangan ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha UMKM dan perkembangan ekonomi digital merupakan factor penting dalam keberhasilan usaha.¹⁵ Selain itu penelitian perkembangan ekonomi digital diteliti oleh Helmalia dan Afrianawati menyatakan bahwa perkembangan ekonomi digital dengan focus e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Sistem promosi produk berdasarkan hasil tinjauan langsung ke 7 UKM di Bengkalis yaitu : UKM Kub Kemas Wonosari, UKM Tenun Bersaudara, UKM WD Hijab, UKM D&A Collection, Gadget Aksesoris, Batik Game dan UKM Mie Sagu Alami. Hasil tinjauan di 7 UKM ditemukan sistem promosi produk yang dilakukan

¹⁴ Adya Utami Syukri and Andi Nonong Sunrawali, "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Kinerja* 19, no. 1 (2022),h.82.

¹⁵ Supriyanto, "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah."

secara konvensional. Sistem promosi yang dilakukan dengan cara membuat pamflet, brosur, dan menyampaikan informasi secara perorangan atau kelompok. Sedangkan, hasil produk UKM dijual melalui sistem penitipan di toko-toko atau kedai-kedai, swalayan dan warung. Jika dilihat dari sumber daya manusia (SDM) terhadap penggunaan teknologi informasi dapat ditemukan masing-masing UKM memiliki peralatan yang mendukung bidang information technology (IT). Namun, pemanfaatan IT belum dilakukan secara optimal. Sehingga hal tersebut mengakibatkan keterbatasan pada promosi dan penjualan produk UKM. Sistem promosi produk secara konvensional pada 7 UKM dapat dilihat pada Gambar berikut.



Gambar 1. Sistem Promosi Produk Secara Konvensional

Analisa Usulan Sistem Promosi Produk UKM

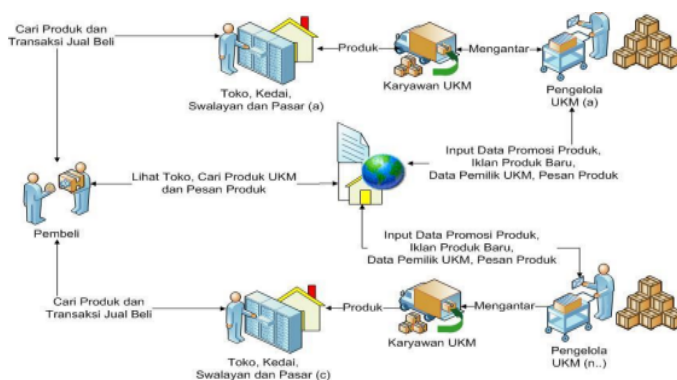
Media sosial termasuk segala jenis media komunikasi interaktif yang memungkinkan interaksi dan umpan balik dua arah. Media sosial juga dapat didefinisikan sebagai platform di mana pengguna berbagi informasi, seperti teks, gambar, suara, dan video, baik dengan orang lain maupun dengan bisnis mereka. Para pelaku bisnis dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan menjual barang mereka. Dalam dunia digital, cara-cara tradisional dan konvensional untuk berkomunikasi dalam pemasaran telah diintegrasikan. Kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi digital sering disebut digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memungkinkan produsen, perantara pasar, dan calon konsumen berinteraksi satu sama lain.¹⁶

Penelitian ini berfokus pada analisis usulan sistem promosi produk UKM. Dengan mengadopsi media sosial sebagai alat promosi, UKM dapat memanfaatkan interaksi dua arah yang ditawarkan oleh platform tersebut untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen mereka. Media sosial tidak hanya memungkinkan UKM untuk berbagi informasi tentang produk mereka, tetapi juga menerima umpan balik yang berharga dari pelanggan.

¹⁶ Eryan Okky Adinda, "Pemanfaatan Media Digital Dalam Meningkatkan Pemasaran Dan Pertumbuhan UMKM Desa Karangan Kabupaten Jombang," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. November (2023),h.305.

Selain itu, penggunaan digital marketing memberikan peluang bagi UKM untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Dengan pemasaran interaktif dan terpadu, UKM dapat menciptakan strategi promosi yang lebih efektif dan efisien. Sistem promosi yang diusulkan akan mengintegrasikan berbagai platform digital untuk memastikan bahwa UKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka melalui strategi pemasaran yang lebih modern dan adaptif.

Untuk peningkatan sistem promosi dan penjualan produk UKM dilakukan pengembangan sistem promosi dan penjualan produk UKM dengan cara yaitu menggabungkan sistem promosi menggunakan IT dan sistem promosi konvensional. Proses bisnis pengembangan sistem promosi produk UKM dapat dilihat pada berikut



Gambar 2. sistem promosi produk UKM

Desain Sistem Informasi Promosi Produk UKM

Halaman utama sistem informasi promosi produk UKM berisi tentang informasi kategori produk, pencarian produk, UKM premium, produk unggulan, space iklan untuk produk baru serta informasi bagaimana cara mengiklankan produk dan informasi jasa pengiriman. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.

Twitter	F	G+	Sign In	Registrasi
DagangKita.com		Kategori Produk		Nama Produk Search Simbol Keranjang
Kategori		Home		Pelaku Usaha Produk Informasi Tentang
Asesoris	>>	Space Iklan		
Elektronik	>>			
Gadget	>>			
Kosmetik	>>			
Makanan	>>			
Pakaian	>>			
Property	>>			
Space Iklan		Space Iklan		

Kategori	Foto Profil UKM	Kategori	Foto Profil UKM
Produk	Produk	Produk	Produk
Produk Unggulan			
Produk	Produk	Produk	Produk
Kontak Support	Jasa Pengiriman	Grafik	

Gambar 4. Halaman Utama Sistem promosi Produk UKM

Desain interface website promosi produk untuk halaman administrator web. Pada halaman administrator terdiri dari logo dagangkita.com, registrasi, login, serta menu yang terdiri dari beberapa produk masing-masing UKM, hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.

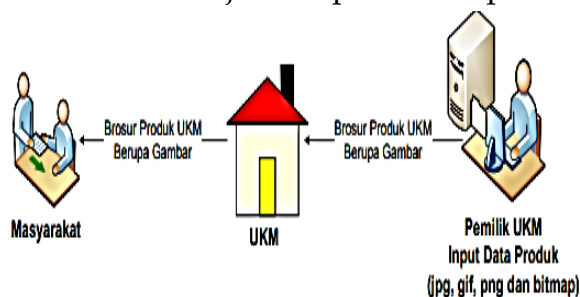
DagangKita.com	Home	Dashboard	Pelaku Usaha	Produk	Iklan	Profil	Bantuan	Sigout
Konten Data								
Copyright@xxxx								

Gambar 5 Desain interface website promosi produk

Desain Database

Database promosi produk UKM secara konvensional

Sistem penyimpanan (database) promosi produk UKM masih menggunakan manual dimana semua data produk disimpan pada komputer dalam bentuk file gambar dengan ekstensi JPG, GIF, PNG dan Bitmap, kemudian data tersebut diletakkan pada UKM. Hal ini bertujuan untuk melayani pelanggan yang langsung datang ke UKM tersebut. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 6.

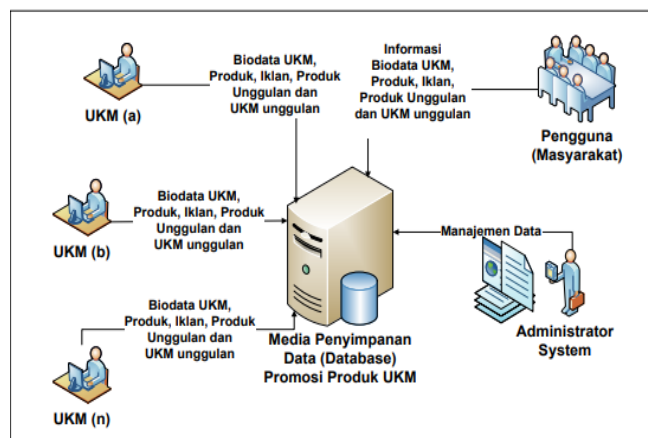


Gambar 6. Sistem penyimpanan data produk UKM

Database promosi produk secara online

Sistem penyimpanan data (database) promosi produk dirancang secara terpadu, guna untuk melakukan penyimpanan biodata UKM, produk, produk unggulan, UKM unggulan dan jasa iklan untuk produk baru. Database tersebut dapat menampung beberapa data UKM yang tergabung dalam rangka membantu mempromosikan produk masing-masing UKM secara online. Hal ini, juga memberikan pembelajaran bagi UKM dalam membiasakan diri untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi yang saat ini berkembang secara pesat. Pelaku UMKM juga perlu memanfaatkan e-commerce dengan maksimal seperti menggunakan untuk kegiatan pemasaran produk yang dibuat. Promosi serta jual beli di e-commerce tidak membutuhkan biaya yang besar pelaku UMKM hanya memanfaatkan internet yang tersedia dan pelaku UMKM sudah dapat memasarkan dan mempromosikan produknya¹⁷

Adapun bagian yang terlibat pada sistem tersebut seperti administrator (pengelola sistem), UKM dan pengguna (masyarakat). Masing-masing bagian memiliki batasan hak akses yang berbeda-beda, misal administrator berfungsi untuk mengelola website dan manajemen data seluruh UKM yang tergabung pada sistem promosi berbasis web. UKM hanya dapat mengelola biodata, produk yang dimilikinya, sementara masyarakat dapat melihat semua produk UKM yang tergabung pada sistem yang disediakan, serta dapat menghubungi UKM melalui kontak person yang sudah disediakan. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar berikut:

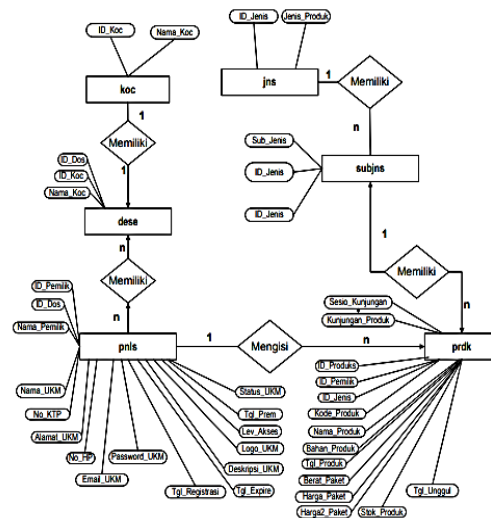


Gambar 7. Sistem penyimpanan database media promosi produk UKM

Desain Database Konseptual

Perancangan konseptual membahas tentang membangun sebuah model dari data yang digunakan untuk sistem dalam merancang database secara logikal dan pisikal. Dalam perancangan konseptual akan dibahas mengenai entity relationship (ER) yang dapat menggambarkan data secara lengkap. Hal tersebut dapat dilihat pada berikut:

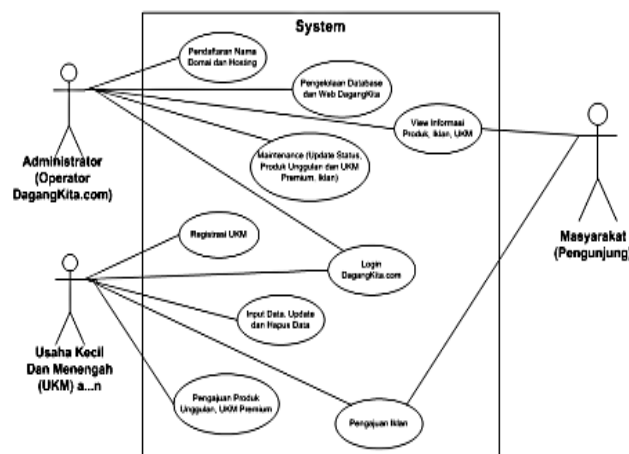
¹⁷ Dorry Paramitasari Saroyo, "Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM," *Economics Business Finance and Entrepreneurship* (2023),h. 22



Gambar 8. Desain Database Konseptual

Usecase Diagram

Pada usecase diagram untuk desain sistem informasi promosi produk UKM melibatkan tiga aktor yaitu administrator sistem berfungsi untuk mengelola database dan website secara keseluruhan, melihat informasi, dan melakukan maintenance dalam hal update status UKM, produk unggulan, UKM premium dan status iklan. UKM berfungsi untuk registrasi, input data, update data, hapus data, pengajuan produk unggulan, UKM premium dan pengajuan promosi iklan. Sedangkan masyarakat (user) berfungsi untuk melihat informasi produk, UKM, dan melihat iklan yang ditawarkan oleh UKM serta dapat menghubungi UKM melalui kontak person yang sudah disiapkan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada berikut:

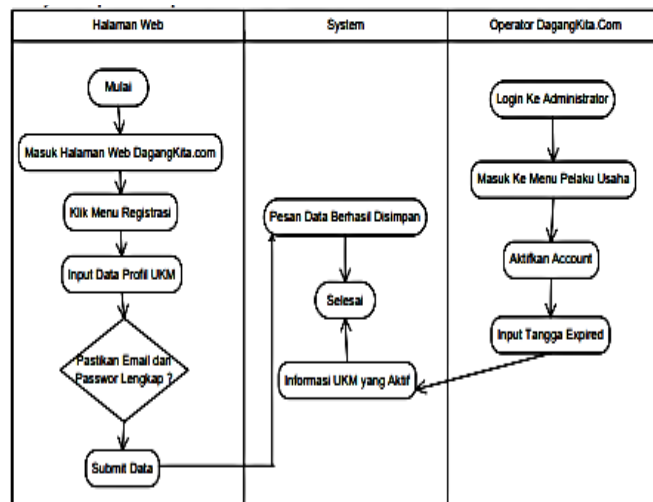


Gambar 9. Usecase Diagram

Activity Diagram

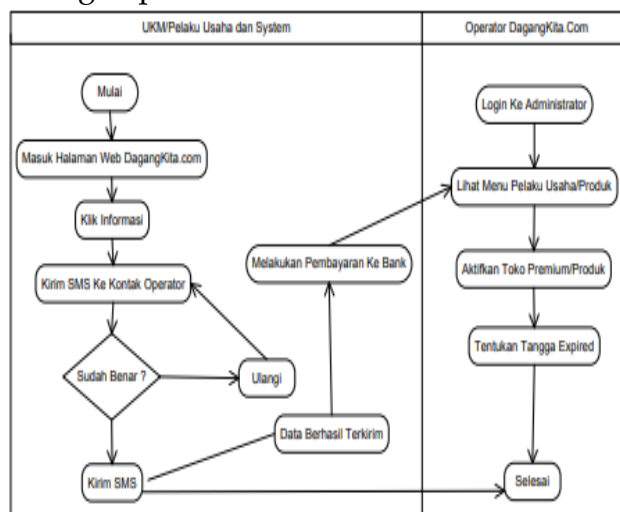
Desain diagram aktivitas untuk melakukan registrasi pada aplikasi promoasi produk UKM melibatkan tiga bagian yaitu halaman web, system dan Operator aplikasi. Adapun tahapan dari bagian halaman web dimulai dengan masuk ke halaman web, klik menu registrasi, input data profil, data yang disimpan tersebut

akan direspon oleh bagian system, kemudian bagian operator dapat melihat nama pelaku usaha atau UKM yang melakukan registrasi ke aplikasi promosi produk dan sekaligus mengaktifkan username dan password UKM tersebut. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 10.¹⁸



Gambar 10. Activity diagram untuk registrasi UKM

Gambar 11. menjelaskan tentang diagram aktivitas untuk mengaktifkan UKM menjadi usaha premium dan produk unggulan pada halaman utama sistem promosi berbasis web. Ada dua bagian yang terlibat dalam melakukan hal tersebut yaitu UKM dan operator sistem. UKM dapat mengunjungi halaman web promosi, kirim SMS ke operator sistem, melakukan pembayaran ke bank, kemudian operator melihat data yang masuk sekaligus mengaktifkan menjadi usaha premium dan produk unggulan sesuai dengan permintaan UKM.¹⁹



Gambar 11. Activity diagram untuk mengusulkan toko premium atau produk unggulan

¹⁸ Kasmawi, Mansur, and Fitri, "Sistem Informasi Promosi Produk : Studi Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bengkalis."

¹⁹ Ibid.

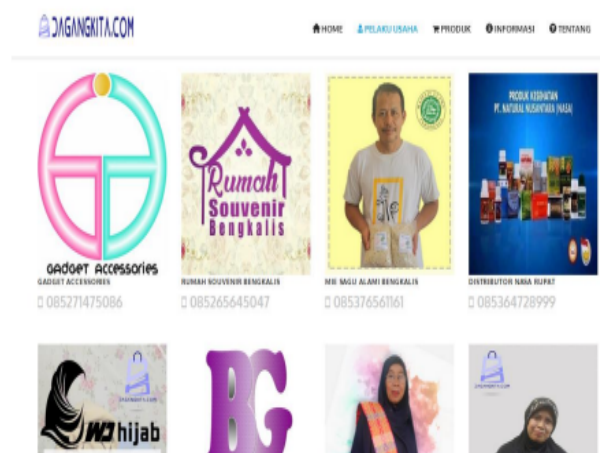
Hasil Desain Sistem Informasi Promosi Produk UKM

Hasil perancangan interface sistem informasi promosi produk UKM, yang diimplementasikan dalam bentuk aplikasi bernama dagangkita.com, menyediakan platform yang dapat dimanfaatkan oleh banyak UKM sebagai media penyimpanan dan penyampaian informasi produk kepada masyarakat dalam dan luar daerah. Melalui halaman utama website, pengguna dapat dengan mudah mencari produk berdasarkan kategori, menemukan toko premium, melihat produk unggulan, serta menemukan iklan yang relevan. Dengan demikian, dagangkita.com menjadi jembatan antara UKM dengan pasar yang lebih luas, memungkinkan mereka untuk lebih efektif memperkenalkan dan memasarkan produk-produk mereka secara online. Gambar 12 memberikan gambaran yang lebih rinci tentang tata letak dan fungsionalitas dari platform dagangkita.com.



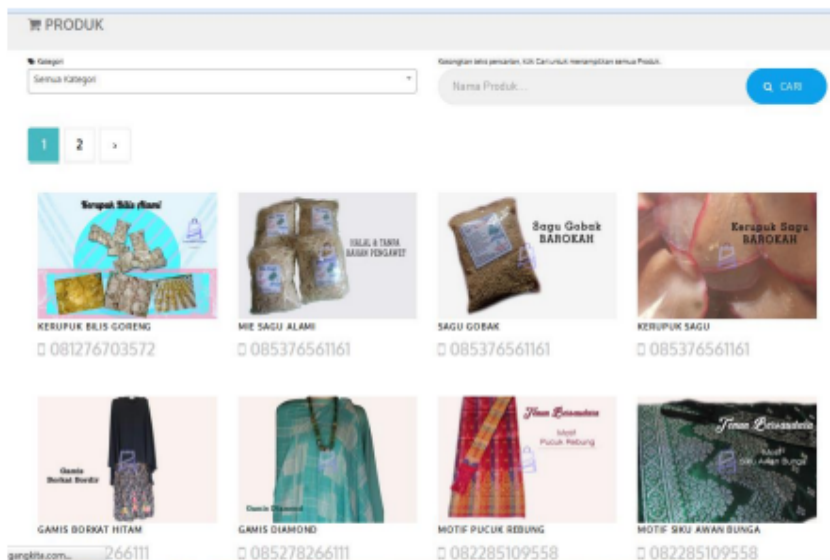
Gambar 12. Halaman utama sistem informasi promosi produk UKM

Gambar 13 menjelaskan tentang daftar UKM yang ikut bergabung pada sistem informasi promosi produk.



Gambar 13. Daftar UKM yang bergabung pada sistem informasi promosi

Gambar 14 menjelaskan tentang daftar produk UKM yang sudah bergabung pada sistem informasi promosi produk. Pada halaman ini menampilkan informasi tentang kategori produk, pencarian produk berdasarkan keinginan pengguna aplikasi dan menampilkan informasi lengkap terhadap produk tersebut.



Gambar 14. Daftar Produk UKM yang bergabung pada sistem informasi promosi

Gambar 15 menjelaskan tentang bagaimana UKM dapat melakukan registrasi sehingga dapat bergabung pada sistem informasi promosi produk.

Gambar 15. Form Registrasi UKM pada sistem informasi promosi

Penutup

Penelitian ini menghasilkan sistem promosi produk berbasis web yang dirancang untuk memaksimalkan pemasaran produk UMKM di Kecamatan Bengkalis. Dengan adanya sistem ini, UMKM dapat mempromosikan produk unggulan mereka secara lebih efektif dan efisien, melalui akses internet yang memungkinkan jangkauan promosi lebih luas dibandingkan metode konvensional. Sistem informasi promosi produk ini menyediakan berbagai fitur, seperti informasi kategori produk, pencarian produk, UKM premium, produk unggulan, serta ruang iklan untuk produk baru dan layanan pengiriman.

Penerapan sistem informasi berbasis web ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UMKM dengan memperluas jangkauan pasar dan memudahkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Melalui platform digital, UMKM dapat

menerima umpan balik langsung dari pelanggan yang berharga untuk perbaikan kualitas layanan dan produk mereka. Dengan demikian, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas tetapi juga dapat bersaing di pasar global.

Selain itu, pentingnya pembinaan dan pelatihan terkait teknologi informasi bagi pelaku UMKM juga menjadi salah satu kunci keberhasilan implementasi sistem ini. Pembinaan sumber daya manusia melalui pelatihan atau bimbingan teknis dapat meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap penggunaan teknologi digital dalam promosi produk, sehingga mereka dapat memanfaatkan sistem promosi berbasis web dengan optimal.

Kesimpulannya, pengembangan sistem informasi dalam bisnis digital merupakan langkah strategis untuk meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Bengkalis. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, UMKM dapat mengoptimalkan operasional mereka, memperluas pasar, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Upaya ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga berkontribusi pada stabilitas dan pemulihan ekonomi nasional secara keseluruhan.

Referensi

- Bengkalis, Bappeda Kabupaten. "RPJMD Kabupaten Bengkalis Tahun 2021-2026" (2021).
- Emilia, Kharina Permata Ayunda*; Erni Achmad; "Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Media Sosial Dan Sosial Media Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Fashion Di Kota Jambi." *Journal Perdagangan Industri dan Moneter* 11, no. 3 (2023)
- Eryan Okky Adinda. "Pemanfaatan Media Digital Dalam Meningkatkan Pemasaran Dan Pertumbuhan UMKM Desa Karangan Kabupaten Jombang." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. November (2023)
- Hapsari, Veneranda Rini, Usman Usman, and Benedhikta Kikky Vuspitasari. "Analisis Implementasi Teknologi Digital Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Wilayah Perbatasan." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2023)
- Hasna Indarti Titasari. "Pengaruh E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal* 2, no. 1 (2024)
- Kasmawi, Mansur, and Diah Angraina Fitri. "Sistem Informasi Promosi Produk : Studi Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bengkalis." *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi* 9, no. 1 (2018)
- Rante Rerung, Rintho. "Analisis Dan Perancangan Sistem Pendukung UMKM Berbasis Teknologi Informasi Analysis and Design of MSMEs Support System Based on Information Technology." *Jurnal Pekommas* 3, no. 1 (2018)
- Sagirani, Tri. "Perancangan Sistem Informasi Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Meningkatkan Layanan Pada Pelanggan." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* 7, no. 1 (2018).

- Sari Purba, Purnama, Muhammad Ikhsan Harahap, and Nurbaiti. "Analisis Pengembangan UMKM Go Digital Dalam Penyelamatan Ekonomi Indonesia Menghadapi Resesi Ekonomi." *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* 23, no. 2 (2023)
- Saroyo, Dorry Paramitasari. "Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM." *Economics Business Finance and Entrepreneurship* (2023)
- Supriyanto, Eko. "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah." *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial dan Ekonomi* 3, no. 2 (2023)
- Syukri, Adya Utami, and Andi Nonong Sunrawali. "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Kinerja* 19, no. 1 (2022)
- Wardana, Lalu Muhamad Yafi Satria, Nurabiah Nurabiah, and Animah Animah. "Analisis Sistem Informasi Berbasis Teknologi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Umkm Industri Makanan Di Kota Mataram Yang Terdampak Pandemi Covid-19." *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 3, no. 2 (2023)