

PENGUNAAN LAYANAN SISTEM INFORMASI TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PADA APLIKASI SHOPEE

Fajar Septiawan¹, Shofa Shofiah Hilabi²), Salma Anisa Nurhidayah³), Nazriel Evandi
Mulyadi⁴), Muhamad Fairly Riffat Ichsan Hakim⁵), Siti Hasna Adawiyah⁶)
^{1,2,3,4,5,6}) Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Buana Perjuangan Karawang

* si23.nazrielmulyadi@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Sistem Informasi (SI) telah menjadi elemen kunci dalam mengembangkan dan memajukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital saat ini. Artikel ini bertujuan untuk membahas pentingnya penggunaan layanan Sistem Informasi (SI) bagi UMKM pada aplikasi Shopee, serta manfaat yang dapat diperoleh oleh UMKM melalui implementasi Sistem Informasi (SI) pada aplikasi Shopee. UMKM adalah sektor yang signifikan dalam perekonomian banyak negara. Namun, mereka seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, akses pasar, dan kebutuhan untuk bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Aplikasi Shopee dapat berperan penting dalam membantu UMKM mengatasi berbagai hambatan ini. Artikel ini mendemonstrasikan bahwa penggunaan layanan SI bagi UMKM adalah kunci untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing agar dapat berhasil mengintegrasikan Sistem Informasi (SI) dalam operasi mereka dapat meraih manfaat besar bagi UMKM.

Kata Kunci: Layanan, Sistem Informasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, masyarakat hanya bisa beraktivitas di rumah atau kantor, tanpa harus turun langsung ke sawah atau bersenang-senang di jalanan. Berkat teknologi internet, banyak hal yang bisa dilakukan masyarakat seperti bersosialisasi, ngobrol dengan teman dekat maupun jauh, membaca buku untuk mendapatkan berbagai informasi, bahkan berbelanja online. Kecanggihan internet di era digital saat ini dinilai sangat memudahkan dan memudahkan dalam berjualan dan membeli produk di tengah kesibukan kita sehari-hari.

Manfaat Internet kini semakin disadari oleh para penggunanya yang tidak bisa dipisahkan dari dunia Internet ini. Misalnya, internet marketer, blogger, dan kini toko online semakin

menarik perhatian konsumen yang mencari produk tertentu. Dalam sebuah pemasaran produk, baik secara tatap muka ataupun tidak, diperlukan adanya strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat menghindarkan perusahaan Anda dari kehilangan peluang akibat promosi yang tidak efektif dan efisien. Internet marketing merupakan salah satu alat untuk menyampaikan komunikasi pemasaran dan kini banyak digunakan oleh media sosial untuk memperkenalkan produk dan jasa pada masyarakat modern, termasuk penggunaan media sebagai alat periklanan. Contohnya pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan aplikasi Shopee untuk mengembangkan perusahaannya. Alat promosi yang memungkinkan memamerkan produk dan layanan di berbagai lokasi di seluruh Indonesia. Berbagai macam perusahaan mulai dari usaha kecil hingga menengah memanfaatkan perkembangan ini dalam kegiatan usahanya. Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM akan sangat membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini. Sulitnya pelaku UMKM mendapatkan solusi teknologi informasi yang sesuai karena tidak memiliki personel berdedikasi yang ahli di bidang teknologi informasi yang dinamis. Kendala lainnya, beragamnya produk teknologi membuat pelaku UMKM kebingungan dalam memilih solusi yang tepat. Oleh sebab itu para pelaku. UMKM membutuhkan panduan dalam memilih teknologi informasi yang tepat sesuai jenis usaha dan kebutuhannya, serta harus mengerti bagaimana menggunakan digital marketing dengan semestinya, sehingga konsumen bisa mengenal apa yang kita pasarkan dan kemudian akan meningkatkan penjualan produk yang kita pasarkan atau kita jual.

Seiring dengan tidak terelakkannya era digital, pemanfaatan pemasaran digital memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan dan menjadi pusat kekuatan ekonomi. Pengembangan materi iklan online bekerja sama dengan penyedia layanan pembelian aplikasi. Perkembangan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM menjual produk secara online dan memproses transaksi melalui sistem perbankan online. Hal ini tentunya memudahkan transaksi yang membatasi interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Media sosial adalah alat pemasaran digital yang paling mudah digunakan saat ini. Menggunakan media sosial seperti aplikasi Shopee untuk pemasaran online lebih mudah dipelajari dibandingkan membuat website yang memerlukan keahlian khusus. Hal ini dapat menjadi insentif bagi pengembangan dan keberlanjutan kewirausahaan UMKM. Shopee dinilai cocok untuk melakukan komunikasi langsung (engagement) dengan calon konsumen, selain karena biayanya yang murah dan tidak memerlukan keahlian khusus pada tahap awal.

Pada dasarnya, UMKM adalah bisnis kecil yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau kelompok kecil. Mereka sering kali beroperasi dalam skala lokal, menghasilkan produk dan jasa yang bervariasi, mulai dari produksi tradisional hingga teknologi modern. Keunikan UMKM terletak pada fleksibilitas, kreativitas, dan adaptabilitas mereka dalam menjawab kebutuhan pasar (Vinatra et al., 2023).

Dengan pemanfaatan teknologi informasi, UMKM dapat memiliki peluang untuk terus meningkatkan produktivitas dan pemasarannya, dan UMKM juga dapat bekerja sama satu sama lain melalui Teknologi informasi tersebut. Dan yang mendorong potensi berkembangnya UMKM salah satunya adalah sosial media yang dapat menghubungkan dengan banyak orang dengan mudah (Hilabi, 2022).

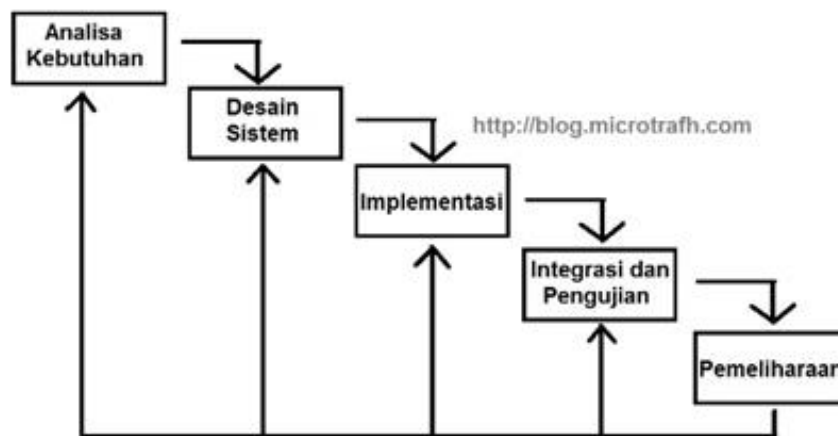
Shopee adalah aplikasi mobile dan website yang bergerak di bidang pasar online, menawarkan fitur promosi, menjanjikan kemudahan bagi penjual dan pembeli, serta memungkinkan penjual memperoleh keuntungan dengan menjual produknya melalui pasar online. Strategi penjualan yang diterapkan Shopee sangat baik dan membuat pengalaman membeli lebih nyaman bagi penjual dan pembeli. Aplikasi shopee sangat cocok digunakan sebagai sarana penjualan karena dengan fitur iklan yang disediakan shopee, penjual dapat meningkatkan keuntungan penjualan. Melalui website jual beli ini, pengusaha dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih murah (Febi et al., 2023).

Layanan Shopee digunakan untuk interaksi yang cepat, mudah dan akurat antara produsen dan konsumen. Keunggulan Shopee tidak hanya untuk transaksi bisnis online saja, ia juga mempunyai fasilitas pembangkitan pekerjaan yang sangat besar dan mudah dalam pelaksanaannya. Keunggulan yang dimiliki oleh shopee menjadikan shopee dikenal sebagai marketplace besar di indonesia. Media periklanan juga terus berkembang dan menjadi lebih praktis dan efisien. Kehadiran media online semakin menghemat ruang, ruang dan waktu, dan perubahan ini juga dinilai lebih tepat untuk destinasi. (Fachrina & Nawawi, 2022).

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada artikel ini adalah water fall, studi literature, dan analisis data. Berikut adalah beberapa metode penelitian yang digunakan dalam konteks ini:

Waterfall



Gambar 1. Waterfall

Pada layanan Shopee, istilah "waterfall" mungkin merujuk pada proses atau aliran kerja tertentu yang digunakan dalam pelayanan mereka. Namun, tanpa informasi yang lebih rinci, sulit untuk memberikan detail yang pasti. Waterfall dalam konteks layanan bisa mengacu pada urutan atau langkah-langkah yang diikuti dalam menangani pesanan, pengiriman, atau layanan pelanggan di platform tersebut.

Secara umum, konsep "waterfall" dalam konteks manajemen proyek mengacu pada pendekatan pengembangan perangkat lunak yang mengikuti tahapan-tahapan yang berurutan dan linier, dimulai dari perencanaan, analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Namun, dalam konteks layanan Shopee, istilah ini mungkin mengacu pada

proses yang berbeda, seperti aliran kerja dalam pengelolaan pesanan, pengembalian barang, atau manajemen pelanggan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik mengenai "waterfall" dalam konteks pelayanan Shopee, disarankan untuk mengacu pada dokumentasi atau panduan resmi yang disediakan oleh Shopee sendiri atau menghubungi tim layanan pelanggan mereka.

Studi literature

Literatur tentang perilaku pelanggan di platform Shopee mencakup berbagai topik, mulai dari preferensi pembelian online, kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, hingga analisis tren belanja online. Beberapa topik yang sering dibahas dalam literatur tersebut meliputi:

1. Pengalaman Pengguna (User Experience): Analisis tentang bagaimana antarmuka pengguna Shopee memengaruhi perilaku pengguna, termasuk navigasi situs, kemudahan pencarian produk, dan kepuasan pelanggan dalam berbelanja di platform.
2. Faktor-faktor Pembelian: Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Shopee, seperti harga, kualitas produk, ulasan dari pengguna sebelumnya, promosi, dan kepercayaan terhadap merek atau penjual.
3. Kepuasan Pelanggan: Analisis tentang tingkat kepuasan pelanggan setelah berbelanja di Shopee, termasuk aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan mereka, seperti proses pengiriman, kualitas produk, dan layanan pelanggan.
4. Pola Pembelian dan Tren: Penelitian tentang pola pembelian pelanggan di Shopee, tren belanja online, seperti preferensi waktu belanja, kategori produk yang paling diminati, dan pengaruh promosi atau diskon terhadap pola pembelian.
5. Loyalitas Pelanggan: Penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap platform Shopee, seperti program loyalitas, pengalaman belanja yang konsisten, dan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Analisis Data

Penelitian juga dapat mengandalkan data seperti data keuangan UMKM, data pemerintah, atau data industri untuk memahami kinerja UMKM. Analisis data tentang penggunaan layanan sistem informasi bagi aplikasi shopee yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bagi pelanggan dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan. Berikut beberapa langkah yang dapat Anda ambil untuk melakukan analisis data ini:

1. Mengidentifikasi masalah

Definisi soal permasalahan adalah masih banyak konsumen yang kesulitan membeli barang yang di inginkan

2. Menentukan solusi alternatif

Shopee yaitu sistem pemesanan paket barang di kembangkan untuk membantu konsumen dengan mudah membeli barang tanpa antri secara online

3. Kebutuhan sistem

Shopee adalah aplikasi yang bertujuan untuk memudahkan pemilihan barang . aplikasi ini dapat di operasi kan oleh handphone dan komputer. aplikasi ini di bangun menggunakan

KOTLIN dan Java penggunaan dapat mengakses shoppe di lingkungan sistem operasi apapun dengan browser web maupun aplikasi tersebut

4. Fungsi produk

Adapun fungsi dari aplikasi shoppe adalah sebagai berikut:

- a. Input data barang pemesanan
- b. Input data pengiriman
- c. Edit dan hapus voucher pemesanan
- d. Pesan paket barang
- e. Input identitas pelanggan
- f. Transaksi pemesanan barang
- g. Karakteristik pengguna

5. Batasan

Batasan yang digunakan pada pengembangan shope ini adalah informasi tentang barang meliputi lokasi/ tempat, biaya antara jarak admin dan pelanggan. Perlu diingat bahwa pengolahan data pelanggan harus mematuhi kebijakan privasi dan regulasi perlindungan data yang berlaku

kategori pengguna	tugas	hak akses ke aplikasi
admin	mengelola aplikasi	1. input data barang yang tersedia
		2. input jasa pengiriman yang tersedia
		3. edit dan hapus pengiriman barang
pelanggan	input informasi barang	1. pesan barang
		2. input identitas pelanggan
jasa pengiriman	input informasi jasa pengiriman	1. memberikan informasi posisi barang berada
		2. menerima laporan pemesanan barang

Gambar 2. Kategori Pengguna

Desain

Perancangan DFD

1. Admin

Admin berperan sebagai orang yang menginputkan data barang, mulai dari nama barang, stok barang, foto, dan jasa pengiriman, dsb.

2. Pelanggan

Pelanggan dapat melihat informasi mengenai data barang yang tersedia, dan melihat data saat melakukan pemesanan.

3. Jasa pengiriman

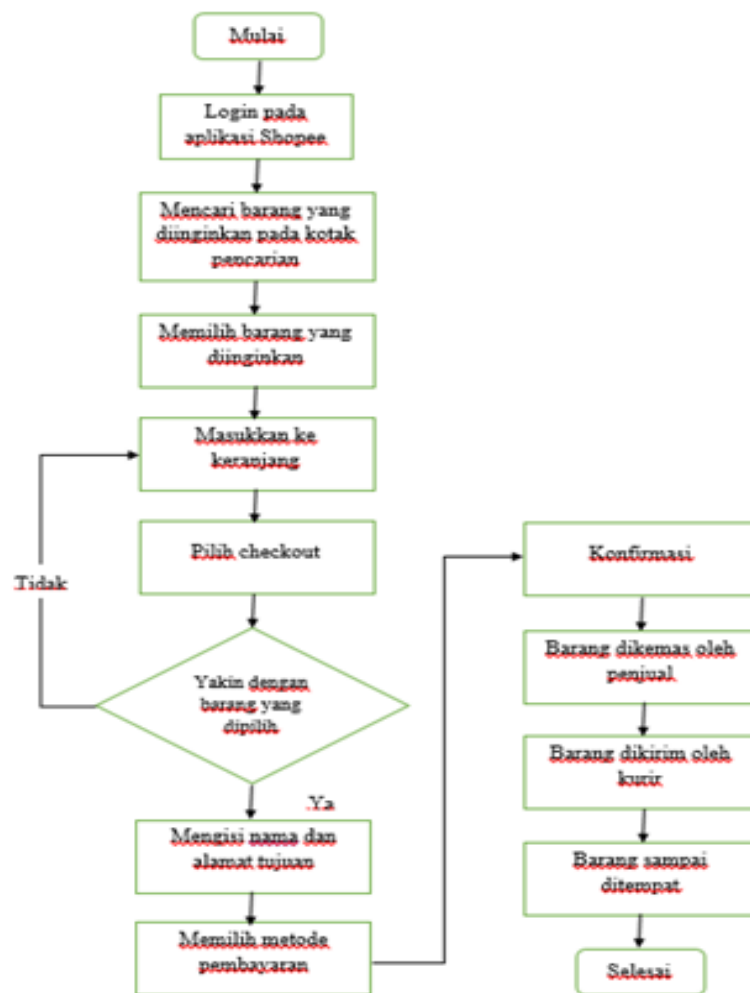
Pihak jasa pengiriman memberikan data mengenai rute perjalanan barang dan menerima laporan pemesanan barang.



Gambar 3. Rancangan DFD

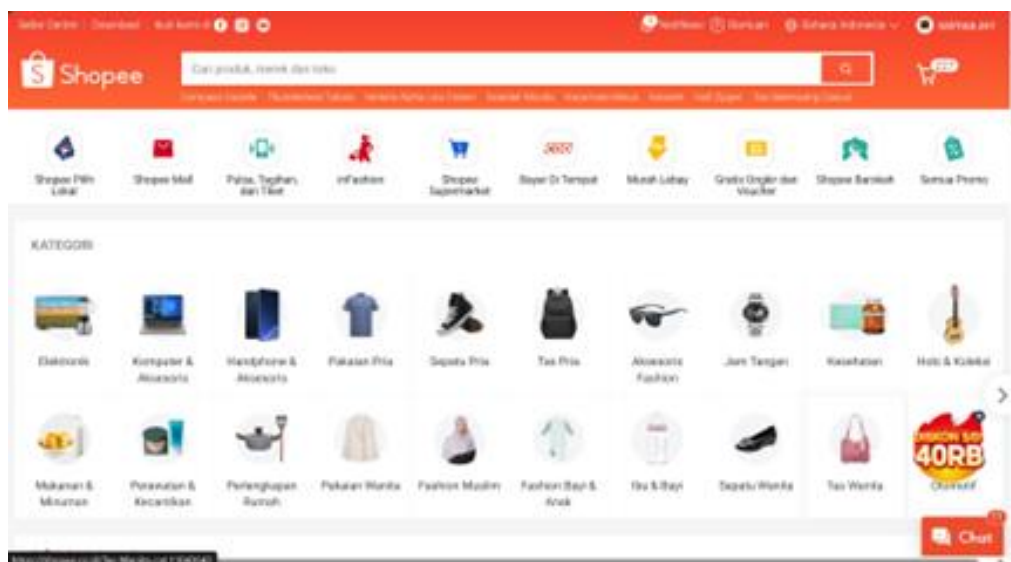
Flowchart

Calon pembeli diasumsikan login ke dalam aplikasi terlebih dahulu kemudian mengetikkan nama barang yang akan cari pada kolom pencarian. Setelah ditemukan, pelanggan memilih barang tersebut dan memasukkan ke dalam keranjang. Kemudian jika sudah sesuai, pelanggan dapat memilih checkout. Jika dirasa yakin maka pelanggan dapat memasukkan nama dan alamat tujuan hingga memilih metode pembayaran. Setelah semuanya selesai, pelanggan dapat melakukan konfirmasi. Kemudian oleh penjual, barang tersebut dikemas dan akan dikirimkan oleh kurir hingga sampai ke tempat atau alamat tujuan.



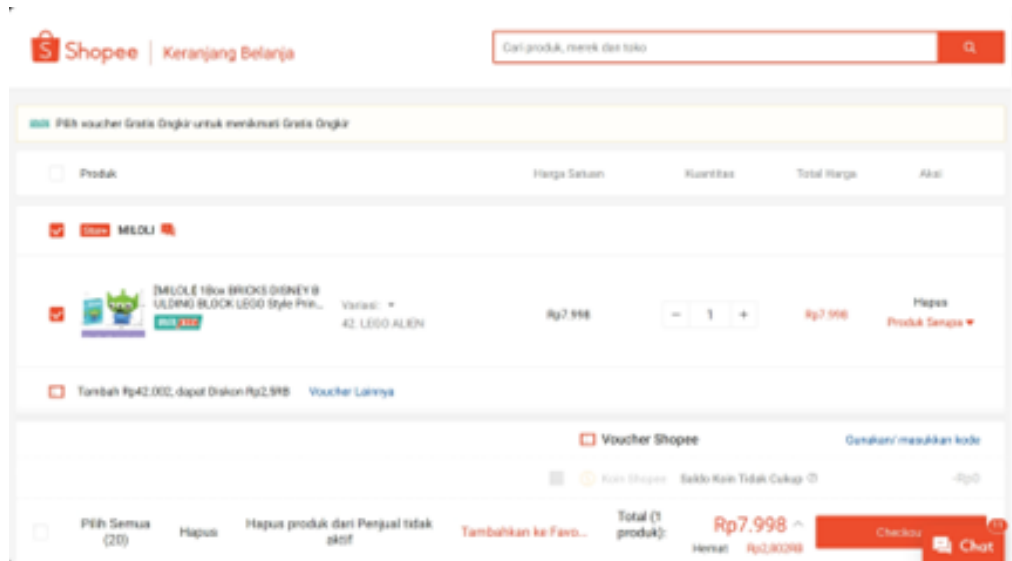
Gambar 4. Bentuk Flowchart

HASIL DAN PEMBAHASAN



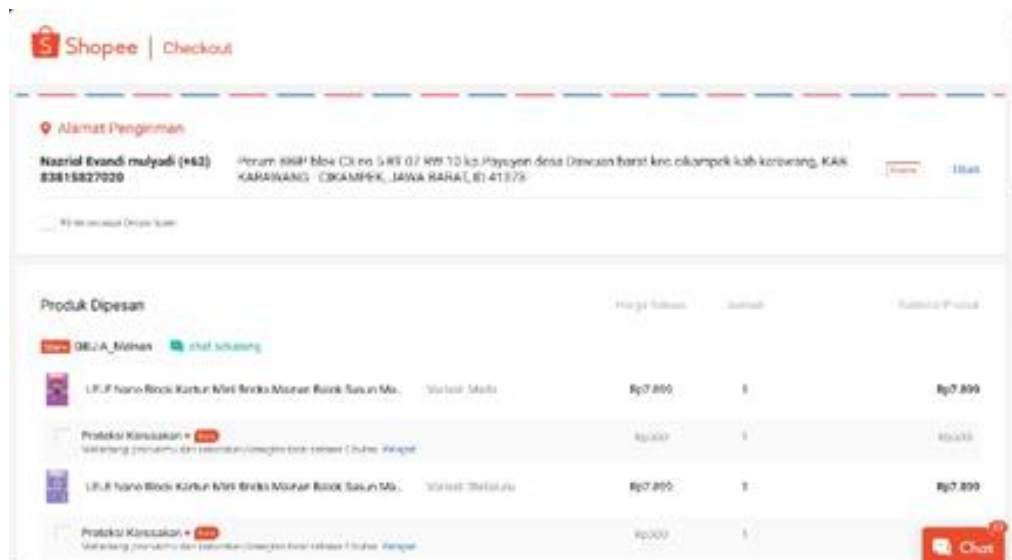
Gambar 5. Halaman Beranda

Berikut adalah halaman beranda yang berisikan pencarian dan tampilan penawaran suatu produk dapat ditemukan di sini.



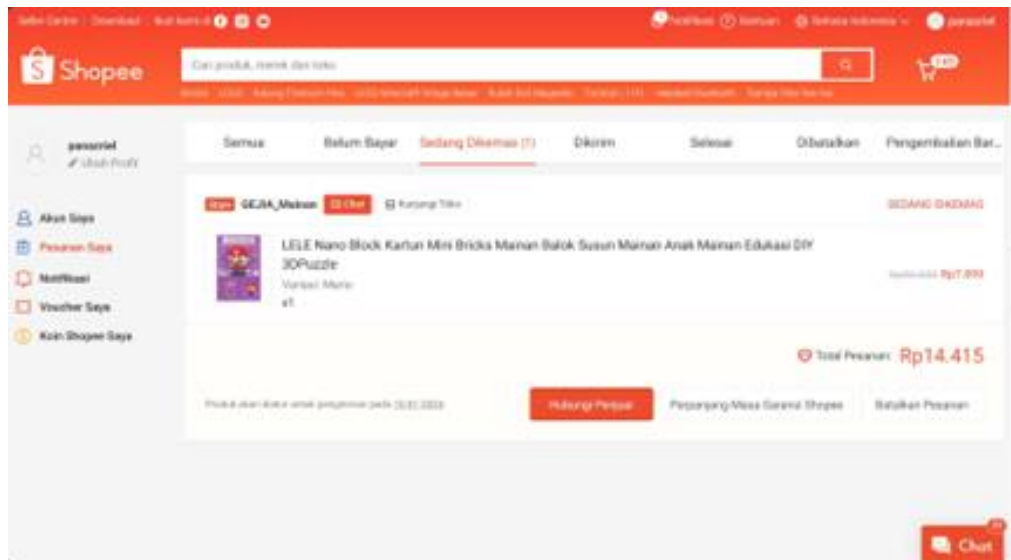
. Gambar 6. Halaman Keranjang

Pada halaman ini pengguna diminta untuk menandai barang yang ingin dipesan agar dapat diteruskan ke proses checkout.



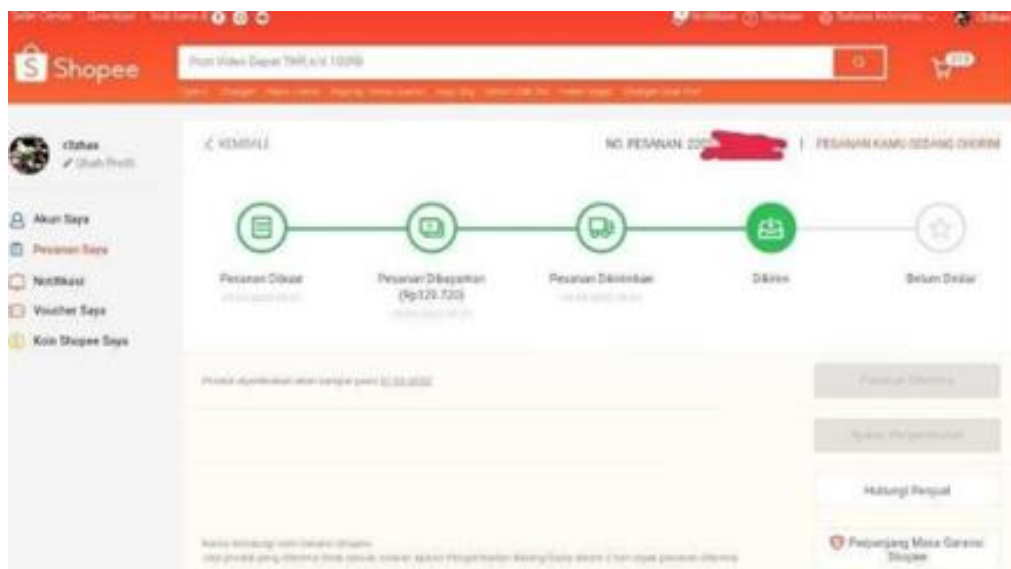
. Gambar 7. Halaman Checkout

Di halaman ini pengguna diminta memilih metode pembayaran, dan mengisi alamat tujuan agar selanjutnya dapat dilanjutkan ke proses pengemasan.



. Gambar 8. Halaman Status Pengemasan

Berikut adalah halaman status pengemasan, pengguna bisa melihat status barang.



. Gambar 9. Halaman Status Pengiriman

Pada halaman ini pengguna dapat melihat dan memantau status pengiriman barang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pernyataan tersebut adalah bahwa penggunaan layanan sistem informasi bagi usaha dapat meningkatkan kinerja bagi pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem informasi yang efisien dan efektif dapat memberikan manfaat bagi pelanggan dalam hal meningkatkan pengalaman mereka dengan usaha tersebut, seperti peningkatan layanan, efisiensi, dan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Ini dapat membantu usaha untuk mencapai tujuan mereka dan memperoleh kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelان.
- Febi, R. N., Sitompul, S. E., Kristina, R. W., Diah, T., Ningrum, A., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Digital Marketing Berbasis Aplikasi Shopee sebagai Sarana Promosi Produk UMKM.
- Hilabi, S. S. (2022). TRANSFORMASI DIGITALISASI MARKETING PADA UMKM (Study Kasus Desa Gintung Kerta) DIGITALIZATION TRANSFORMATION OF MARKETING ON MSMEs (Gintung Kerta Village Case Study). <https://www.republika.co.id/berita/qq28tn3717000/apa-itu-transformasi-digital>
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1 (3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Raniswara, Dewi Anindya (2021) LKP: Pemanfaatan Digital Marketing (SHOPEE) untuk Membantu Meningkatkan Kegiatan Pemasaran Secara Online pada UMKM Miss Batik Collection. Undergraduate thesis, Universitas Dinamika.
- Aprillia Darmansah¹, Sri Yanthy Yosepha² Fakultas Ekonomi, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma 1darmansahaprillia@gmail.com, 2yosephariyanto09@gmail.com PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR.
- Tri Utari¹, Yulia Sariwaty³ Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung, Indonesia Email: utaritri117@gmail.com, mailto:yulia@ars.ac.id PEMANFAATAN MARKETPLACESHOPEE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO PUTRI INDAH.
- Shofa Shofiah Hilabi Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, TRANSFORMASI DIGITALISASI MARKETING PADA UMKM (Study Kasus Desa Gintung Kerta) DIGITALIZATION TRANSFORMATION OF MARKETING ON MSMEs (Gintung Kerta Village Case Study).
- Rifka Fachrina, Zuhri¹al M.Nawawi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Email: fachrinarifka@gmail.com, Zuhri.al.nawawi@uinsu.ac.id, Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelان.
- Lathifah Hanim (1), Eko Soponyono (1), Maryanto (1) Universitas Islam Sultan Agung lathifah.hanim@yahoo.co.id, Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19.