

Implementasi dan Pendampingan Sistem Informasi Penjualan Sembako Berbasis Web pada Toko Andre

Nani Hidayati^{*1}, Zulaini Masruro Nasution², Ika Okta Kirana³, Fitri Anggraini⁴,
^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, STIKOM Tunas Bangsa

*e-mail: nanihidayati3@gmail.com^{*1}, Zulaini@amiktunasbangsa.ac.id², Ikaokta@amiktunasbangsa.ac.id³,
fitrianggraini@stikomtb.ac.id⁴

Nomor Handphone Untuk keperluan koordinasi: 082272091267

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sembako toko Andre merupakan salah satu usaha kecil menengah yang bergerak di bidang penjualan produk kebutuhan sehari-hari. Namun, dalam pengembangannya, UMKM ini menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya dan kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produknya. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan marketing berbasis website yang dapat membantu UMKM. Sembako toko Andre dalam memasarkan produknya secara online. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan, dan monitoring/evaluasi. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 5 Mei 2026, yang juga melibatkan dosen dan mahasiswa STIKOM Tunas Bangsa yang berjumlah 5 orang, serta UMKM toko sembako Andre. Hasil dari pengabdian ini adalah sebuah sistem e-marketing berbasis website yang dapat meningkatkan kemampuan UMKM toko sembako Andre dalam memasarkan produknya secara online. Dengan adanya sistem ini, UMKM sembako toko Andre dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan daya saingnya di pasar.

Kata kunci: Sistem Informasi, Penjualan Sembako, Website, Digital Marketing, UMKM.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Sembako Toko Andre is one of the small and medium enterprises engaged in the sale of daily necessities. However, in its development, this MSME faces several challenges, such as limited resources and lack of ability to utilize digital technology to market its products. This community service aims to develop website-based marketing that can help MSMEs. Sembako Toko Andre in marketing its products online. The implementation of this community service activity consists of preparation, implementation, and monitoring/evaluation stages. This activity was carried out on May 5, 2026, which also involved 5 STKOM Tunas Bangsa students, as well as MSMEs Sembako Toko Andre. The result of this community service is a website-based e-marketing system that can improve the ability of MSMEs Sembako Toko Andre in marketing their products online. With this system, MSMEs Sembako Toko Andre can increase sales and improve their competitiveness in the market.

Keywords: Information System, Grocery Sales, Website, Digital Marketing, MSMEs.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah mendorong berbagai sektor usaha untuk mengadopsi sistem informasi berbasis komputer dalam pengelolaan operasional bisnis mereka [1]. Salah satu bidang yang sangat terpengaruh adalah sektor perdagangan, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti toko sembako [2].

Toko Sembako Andre merupakan salah satu usaha perdagangan kebutuhan pokok yang melayani masyarakat di sekitarnya [3]. Toko ini menyediakan berbagai produk sembako seperti minyak goreng, telur, tepung terigu, mie instan, beras, dan kebutuhan pokok lainnya. Dalam menjalankan operasionalnya, pengelolaan data produk menjadi aspek yang sangat penting untuk memastikan ketersediaan stok, penetapan harga yang tepat, dan efisiensi pelayanan kepada pelanggan [4].

Sebelum menggunakan sistem informasi berbasis komputer, Toko Sembako Andre mengelola data produk secara manual menggunakan catatan buku [5]. Cara ini dinilai kurang efisien karena rentan terhadap kesalahan pencatatan, kesulitan dalam pencarian data produk,

serta lambatnya proses pembaruan harga beli dan harga jual [6]. Oleh karena itu, dibangunlah sebuah sistem informasi manajemen data produk berbasis web yang memungkinkan pengelola toko untuk menambah, mengedit, menghapus, dan mencari data produk dengan mudah dan cepat [7].

Sistem informasi yang dibangun untuk Toko Sembako Andre ini merupakan aplikasi berbasis web yang dapat diakses melalui localhost [8]. Sistem ini dilengkapi dengan fitur dashboard, manajemen data produk, pencarian produk, serta fungsi tambah, edit, dan hapus data [9]. Dengan adanya sistem ini, diharapkan pengelolaan data produk di Toko Sembako Andre menjadi lebih terstruktur, akurat, dan efisien [10].

2. METODE

Tahap pelaksanaan kegiatan sosialisasi website yang disajikan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Website

A. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, dosen dan mahasiswa terlebih dahulu melakukan pertemuan awal dengan mitra, yaitu UMKM Toko Sembako Andre. Pertemuan ini bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik serta membangun kerja sama yang efektif antara tim dan mitra. Dalam kegiatan ini dilakukan sosialisasi awal mengenai program yang akan dilaksanakan, termasuk penjelasan tentang tujuan, manfaat, serta rencana kegiatan yang akan diberikan kepada mitra.

Selain itu, tim juga melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, khususnya dalam hal pemasaran produk. Diskusi dilakukan secara langsung untuk mengetahui kendala yang selama ini dialami, seperti keterbatasan dalam menjangkau konsumen, kurangnya pemanfaatan teknologi digital, serta metode pemasaran yang masih bersifat konvensional. Dari hasil diskusi tersebut, tim mendapatkan gambaran kebutuhan mitra sehingga dapat merancang solusi yang tepat, yaitu pembuatan dan pemanfaatan website sebagai media pemasaran digital.

Tahap ini sangat penting karena menjadi dasar dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya agar program yang dilaksanakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mitra.

B. Tahap pelaksanaan Kegiatan

Setelah tahap persiapan selesai dan kebutuhan mitra telah diketahui dengan jelas, dosen dan mahasiswa melanjutkan ke tahap pelaksanaan kegiatan. Sekitar satu bulan setelah pertemuan awal, tim kembali mengunjungi Toko Sembako Andre untuk melaksanakan sosialisasi lanjutan sekaligus implementasi program.

Pada tahap ini, tim memperkenalkan website yang telah dirancang khusus untuk membantu mitra dalam memasarkan produk secara digital. Tim menjelaskan fungsi dan fitur website, seperti tampilan produk, informasi harga, serta kemudahan dalam mengakses website oleh pelanggan. Selain itu, mitra juga diberikan pelatihan tentang cara mengoperasikan website, mulai dari menginput data produk, mengupdate stok, hingga mengelola informasi yang ditampilkan.

Tidak hanya itu, tim juga memberikan edukasi mengenai pentingnya pemasaran digital di era modern, serta bagaimana website dapat membantu meningkatkan jangkauan pasar, tidak hanya di lingkungan sekitar tetapi juga ke wilayah yang lebih luas. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan mitra dapat memahami dan memanfaatkan teknologi secara optimal dalam mengembangkan usahanya.

C. Tahap Monitoring dan Evaluasi

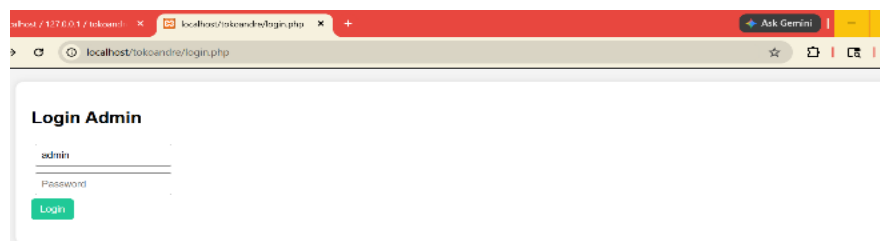
Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi yang dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan berlangsung. Pada tahap ini, kelompok 2 melakukan pendampingan secara langsung kepada mitra untuk memastikan bahwa website yang telah diberikan dapat digunakan dengan baik. Tim memantau perkembangan penggunaan website oleh mitra, termasuk sejauh mana mitra mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Selain itu, dilakukan juga evaluasi untuk mengetahui kendala yang mungkin muncul selama penggunaan, seperti kesulitan dalam pengelolaan data, kurangnya pemahaman teknologi, atau hambatan lainnya.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, tim memberikan solusi dan bimbingan tambahan agar mitra dapat mengatasi kendala tersebut. Kegiatan ini dilakukan secara berkelanjutan hingga mitra benar-benar mampu menjalankan dan mengelola website secara mandiri tanpa bergantung pada pihak luar.

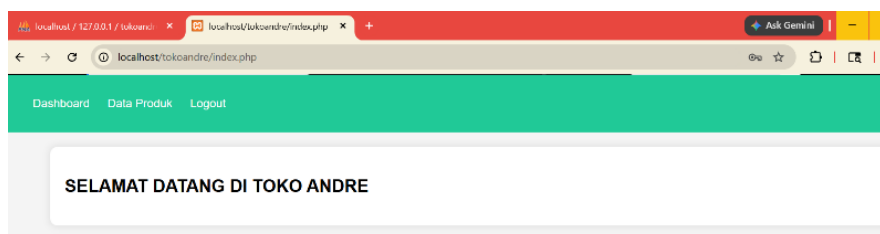
Hasil dari evaluasi menunjukkan bahwa mitra mengalami peningkatan dalam pemahaman teknologi digital serta mampu mengelola sistem website dengan baik. Dengan demikian, program ini dinilai berhasil karena tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga meningkatkan kemandirian mitra dalam mengembangkan usahanya ke arah digitalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

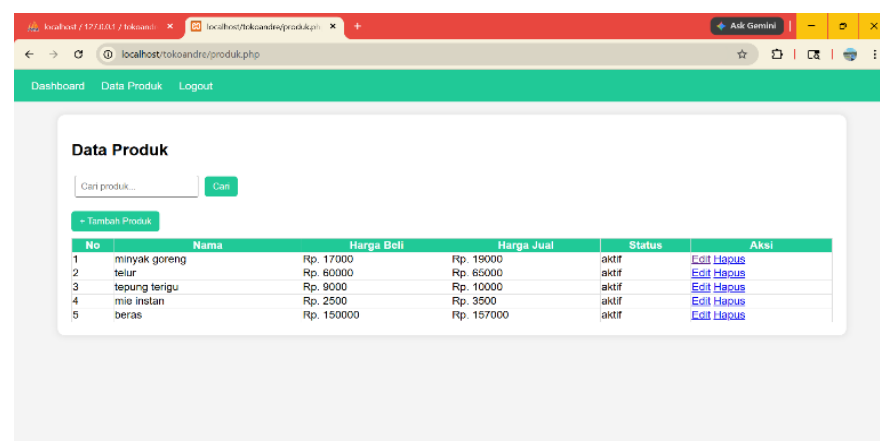
Berikut ini beberapa gambar tampilan dari website untuk mitra yang disajikan pada Gambar 2, 3 dan 4:



Gambar 2. Halaman Login Admin



Gambar 3. Halaman Dashboard Admin



Gambar 4. Halaman Data Produk

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Toko Sembako Andre dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait penggunaan website penjualan serta pentingnya e-commerce dalam mendukung pemasaran produk. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian ekonomi mitra melalui penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan teknologi digital.

Dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM, program pengabdian yang berfokus pada digital marketing menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Penerapan teknologi digital mampu meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian Gunawan (2022) yang menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital dapat meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM.

A. Analisis Permasalahan Mitra

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan analisis terhadap kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Toko Sembako Andre. Kegiatan ini dilakukan melalui sharing session untuk menggali informasi terkait aspek pemasaran, produk, serta manajemen usaha. Pendekatan ini penting untuk memahami kebutuhan spesifik mitra secara menyeluruh.

Hasil analisis menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah terbatasnya pemasaran yang masih bersifat konvensional, kurangnya pemanfaatan media digital, serta belum optimalnya strategi promosi berbasis konten. Oleh karena itu, diperlukan solusi berupa pemanfaatan platform digital yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran.

B. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing dilaksanakan secara interaktif di lokasi mitra, yaitu Toko Sembako Andre. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar digital marketing, pentingnya penggunaan media sosial, serta pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pemasaran.

Kelompok 2 juga memperkenalkan berbagai platform digital seperti Instagram dan Facebook sebagai media promosi yang efektif. Mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan, terutama dalam memahami cara memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumen secara lebih luas.



Gambar 5. Sosialisasi Website di Toko Sembako Andre

C. Implementasi IPTEK

Implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dilakukan melalui pengembangan dan penerapan website penjualan yang terintegrasi dengan sistem pengelolaan data. Penggunaan teknologi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta membantu mitra dalam mengelola data pelanggan dan transaksi secara lebih sistematis.

Dengan adanya sistem berbasis website, mitra dapat memperoleh informasi terkait preferensi dan perilaku konsumen, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat

sasaran. Selain itu, mitra juga dapat menyesuaikan penawaran produk berdasarkan tren pembelian dan umpan balik dari pelanggan.

Transformasi dari pemasaran konvensional ke digital menjadi langkah strategis dalam menghadapi perkembangan teknologi. Pemanfaatan website dan platform digital tidak hanya membantu UMKM bertahan, tetapi juga berkembang dengan meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

1. Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital melalui website penjualan memberikan dampak positif bagi UMKM Toko Sembako Andre, antara lain:
2. Meningkatkan visibilitas dan promosi produk
3. Mempermudah pengelolaan data dan transaksi
4. Memperluas jangkauan pasar hingga lebih luas
5. Meningkatkan potensi pendapatan mitra

Dengan demikian, digital marketing menjadi solusi yang efektif dalam membantu UMKM menghadapi tantangan di era digital serta membuka peluang untuk pengembangan usaha ke arah yang lebih modern dan kompetitif.



Gambar 4. Menu Sembako Toko Andre

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan di UMKM Toko Sembako Andre, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya website penjualan dan e-commerce, dalam mendukung kegiatan pemasaran produk. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mitra masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan kurang mampu bersaing di era digital. Melalui tahapan analisis permasalahan, pelatihan digital marketing, serta implementasi IPTEK, mitra mulai memahami dan mampu menerapkan strategi pemasaran berbasis digital secara lebih efektif.

Pelaksanaan pelatihan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan wawasan mitra, terutama dalam penggunaan media sosial dan platform digital

sebagai sarana promosi. Antusiasme mitra selama kegiatan menunjukkan bahwa proses transfer pengetahuan berjalan dengan baik. Selain itu, implementasi website penjualan membantu mitra dalam mengelola data produk, transaksi, serta informasi pelanggan secara lebih sistematis dan terstruktur. Pemanfaatan teknologi ini juga memungkinkan mitra untuk menganalisis perilaku konsumen, sehingga strategi pemasaran yang dilakukan menjadi lebih tepat sasaran.

Lebih lanjut, penerapan digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar, baik secara lokal maupun berpotensi menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini memberikan peluang bagi mitra untuk meningkatkan pendapatan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Transformasi dari sistem konvensional ke sistem digital menjadi langkah strategis dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Meskipun demikian, masih diperlukan pendampingan lanjutan agar mitra dapat lebih optimal dalam memanfaatkan teknologi yang telah diterapkan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM Toko Kelontong Ibu Wati melalui penerapan digital marketing dan sistem informasi berbasis website.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Asfi and P. Heriadi Setiadi, "Sistem Informasi Akuntansi Pendapatan dengan Metode Posting Langsung (Studi Kasus: Toko Oong)."
- [2] S. D. Pangestu and I. R. I. Astutik, "RANCANGAN APLIKASI KASIR TOKO KELONTONG BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN METODE WATERFALL," *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 9, no. 1, pp. 125–135, Feb. 2024, doi: 10.29100/jipi.v9i1.4311.
- [3] Ignatius Marcheivan Sunjaya and Ahmad Nugroho, "ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEMBAKO BERBASIS WEB PADA TOKO TRI KARYA," *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, vol. 17, no. 2, pp. 22–30, Dec. 2024, doi: 10.51903/pixel.v17i2.2085.
- [4] N. N. Sari, R. M. Maharani, and A. A. Chamid, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE DAN MANAJEMEN STOK BERBASIS WEBSITE UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI TRANSAKSI PADA TOKO SEMBAKO (STUDI KASUS TOKO RIZKY SUDIMORO)," 2026.
- [5] Mahesa and A. Basri, "RANCANGAN APLIKASI E-COMMERCE BERBASIS WEB UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR TOKO KLONTONG DI KABUPATEN TANGERANG," *bit-Tech*, vol. 7, no. 2, pp. 272–280, Dec. 2024, doi: 10.32877/bt.v7i2.1742.
- [6] I. Syahfitri *et al.*, "PASCAL Journal of Computer Science and Informatics <https://jurnal.devitara.or.id/index.php/komputer> E-ISSN: 3047-5074 Volume 2 Nomor 2 Tahun 2025 Web-Based Financial Information System at Ibu Sri's Shop under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)," 2025. [Online]. Available: <https://jurnal.devitara.or.id/index.php/komputer>
- [7] S. D. Pangestu and I. R. I. Astutik, "RANCANGAN APLIKASI KASIR TOKO KELONTONG BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN METODE WATERFALL," *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 9, no. 1, pp. 125–135, Feb. 2024, doi: 10.29100/jipi.v9i1.4311.
- [8] S. Asiah, W. Riana, R. A. Sinaga, R. I. Nnandika, and N. Hidayati, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN PRODUK PADA DISTRIBUTOR HNI PERDAGANGAN BERBASIS WEB," *Jatilima: Jurnal Multimedia Dan Teknologi Informasi*, vol. 07, 2025, doi: 10.54209/jatilima.v7i01.976.
- [9] N. Hidayati, Z. Masruro Nasution, I. O. Kirana, F. Anggraini, and K. Kunci, "Transformasi Digital Marketing Berbasis Website untuk UMKM Toko Klontong Ibu Wati," vol. 2, pp. 48–53, 2025.
- [10] N. Hidayati, "Penggunaan Metode Waterfall Dalam Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan," 2019.