

Pemanfaatan Aplikasi Digital dalam Operasional Kedai Sembako Indah Untuk Perluasan Pasar dan Peningkatan Pelayanan

Indah Sari

Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Labuhanbatu, Rantauprapat, Indonesia

Email: indahsaritmbusy@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: emailpenuliskorespondensi@email.com

Abstrak—Transformasi digital menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era industri 4.0. Kedai Sembako Indah, sebagai salah satu UMKM di sektor perdagangan kebutuhan pokok, menghadapi tantangan efisiensi operasional, pencatatan keuangan, dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan aplikasi digital dalam mendukung kegiatan operasional harian Kedai Sembako Indah, termasuk manajemen stok, transaksi penjualan, dan strategi pemasaran. Metode yang digunakan adalah studi kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi selama proses implementasi aplikasi digital seperti aplikasi kasir (point of sale), platform e-wallet, serta media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi digital memberikan dampak positif terhadap efisiensi waktu, keakuratan pencatatan transaksi, serta peningkatan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, pemanfaatan media sosial juga membantu memperluas jangkauan pasar. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital dan adaptasi awal terhadap teknologi baru. Kesimpulannya, digitalisasi operasional melalui aplikasi sederhana dapat menjadi langkah awal yang strategis dalam memperkuat kinerja dan keberlanjutan UMKM seperti Kedai Sembako Indah. Diperlukan pendampingan berkelanjutan agar adopsi teknologi dapat berjalan optimal.

Kata Kunci: UMKM; Digitalisasi; Pemasaran Digital; Operasional Kedai; Website Toko Online

Abstract—Digital transformation is one of the key factors in increasing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the industrial era 4.0. Kedai Sembako Indah, as one of the MSMEs in the staple food trading sector, faces challenges in operational efficiency, financial recording, and marketing. This study aims to analyze the use of digital applications in supporting the daily operational activities of Kedai Sembako Indah, including stock management, sales transactions, and marketing strategies. The method used is a descriptive qualitative study with a case study approach. Data were collected through interviews, direct observation, and documentation during the implementation process of digital applications such as cashier applications (point of sale), e-wallet platforms, and social media. The results of the study show that the use of digital applications has a positive impact on time efficiency, accuracy of transaction recording, and increased interaction with customers. In addition, the use of social media also helps expand market reach. The main obstacles faced are limited digital literacy and initial adaptation to new technologies. In conclusion, operational digitalization through simple applications can be a strategic initial step in strengthening the performance and sustainability of MSMEs such as Kedai Sembako Indah. Continuous assistance is needed so that technology adoption can run optimally.

Keywords: MSMEs; Digitalization; Digital Marketing; Shop Operations; Online Shop Website

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa transformasi fundamental dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sebagai tulang punggung perekonomian nasional, kini dihadapkan pada tantangan dan peluang adaptasi digital yang signifikan [1]. Studi-studi terkini secara konsisten menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi UMKM untuk tetap kompetitif, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional [2][3]. UMKM yang berhasil mengintegrasikan solusi digital ke dalam operasionalnya cenderung memiliki pertumbuhan yang lebih baik dan ketahanan bisnis yang lebih kuat di tengah persaingan ketat [4].

Sektor ritel tradisional, khususnya kedai sembako, memegang peranan krusial dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat lokal. Namun, sektor ini menghadapi tantangan yang semakin kompleks, termasuk gempuran dari ritel modern berskala besar dan platform e-commerce yang menawarkan kemudahan belanja dan variasi produk [5]. Berdasarkan observasi di lapangan, masalah seperti pengelolaan stok yang tidak efisien, fluktuasi harga bahan pokok yang mempengaruhi profitabilitas, serta persaingan ketat dengan kedai sembako lainnya merupakan kendala umum yang dihadapi [6]. Data menunjukkan bahwa tanpa inovasi strategis, banyak UMKM ritel tradisional berisiko kehilangan pangsa pasar [7]. Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran dan operasional yang efektif menjadi sangat esensial bagi kedai sembako untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya dan meningkatkan daya saing.

Menanggapi kebutuhan adaptasi ini, UD. Kedai Sembako Indah yang berlokasi di Jl. Kp. Lalang Urung Kompas, Medan, telah proaktif dalam mengadopsi pemanfaatan aplikasi digital untuk mendukung operasional dan memperluas jangkauan pasarnya. Toko ini telah memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram dan TikTok sebagai media promosi visual, WhatsApp Business untuk komunikasi dan layanan pelanggan yang lebih personal, serta Blogspot sebagai website toko online untuk akses informasi produk yang lebih mudah. Penerapan platform-platform ini menunjukkan upaya strategis untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, meningkatkan kecepatan respons, dan membangun citra profesional tanpa memerlukan investasi modal besar [8]. Pemanfaatan media sosial telah terbukti sangat efektif dalam meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan untuk UMKM [9], sedangkan platform komunikasi instan seperti WhatsApp Business memfasilitasi transaksi dan layanan purna jual yang lebih responsif [10].

Meskipun telah ada upaya signifikan dalam digitalisasi, UD. Kedai Sembako Indah masih menghadapi sejumlah kendala dan tantangan. Tantangan tersebut meliputi optimalisasi pengelolaan konten digital yang konsisten, keterbatasan sumber daya manusia yang cakap dalam literasi digital, serta pemanfaatan fitur-fitur teknologi yang belum maksimal [11]. Penelitian terdahulu oleh [12] menunjukkan bahwa banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mengintegrasikan berbagai platform digital secara sinergis untuk mencapai efisiensi operasional dan kualitas pelayanan yang optimal. Oleh karena itu, terdapat gap penelitian yang signifikan terkait studi empiris mendalam mengenai bagaimana pemanfaatan aplikasi digital secara terpadu dalam operasional kedai sembako tradisional dapat secara spesifik dan terukur berkontribusi pada perluasan pasar dan peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif implementasi dan dampak pemanfaatan aplikasi digital pada operasional Kedai Sembako Indah, dengan fokus pada perluasan pasar dan peningkatan pelayanan, serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan dan tantangan yang dihadapi agar dapat menjadi referensi bagi UMKM serupa.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Kemajuan teknologi digital telah membawa dampak besar terhadap pola operasional usaha di berbagai sektor, termasuk UMKM. Untuk dapat bertahan dan berkembang, UMKM perlu melakukan transformasi digital agar mampu meningkatkan efisiensi dan daya jangkau bisnisnya [13]. Transformasi digital ini tidak hanya sekadar mengadopsi teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan fundamental dalam model bisnis dan budaya organisasi untuk merespons dinamika pasar yang cepat [14]. Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro. Adopsi teknologi digital secara strategis juga memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengoptimalkan manajemen rantai pasok mereka, yang krusial untuk pertumbuhan berkelanjutan [15].

Digitalisasi pada UMKM tidak hanya mempercepat kegiatan operasional, tetapi juga berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen melalui berbagai sarana, seperti media sosial, platform jual beli online, aplikasi keuangan digital, serta sistem pemesanan dan pembayaran berbasis teknologi [16]. Pemanfaatan platform digital ini memungkinkan UMKM untuk memperluas basis pelanggan, meningkatkan interaksi, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik [17]. Selain itu, digitalisasi juga memfasilitasi pengumpulan data pelanggan yang berharga, memungkinkan UMKM untuk melakukan personalisasi layanan dan meningkatkan strategi pemasaran [18]. Untuk itu, diperlukan pendekatan yang praktis dan sesuai dengan skala usaha mikro. Salah satu contoh penerapan digitalisasi yang sederhana namun efektif dapat dilihat pada Kedai Sembako Indah, UMKM yang bergerak di bidang Kedai Sembako. Kedai Sembako Indah mulai mengadopsi teknologi digital dalam operasional dan pelayanannya, seperti promosi melalui Instagram dan TikTok, sistem pemesanan via WhatsApp, serta pemesanan melalui website/blogspot toko online.

2.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini diawali dengan tahap identifikasi masalah, yaitu mengamati fenomena rendahnya efisiensi operasional pada UMKM, khususnya di sektor perdagangan kebutuhan pokok seperti Kedai Sembako Indah. Masalah utama yang diangkat adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pemasaran. Selanjutnya, dilakukan perumusan masalah dan penetapan tujuan penelitian, yaitu untuk mendeskripsikan pemanfaatan aplikasi digital dalam kegiatan operasional kedai, menganalisis dampaknya terhadap efisiensi kerja, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses digitalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada satu objek, yaitu Kedai Sembako Indah. Dalam perencanaan penelitian, ditetapkan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung terhadap kegiatan operasional, serta dokumentasi penggunaan aplikasi digital yang diterapkan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola penting terkait perubahan operasional setelah penggunaan aplikasi digital.

a. Identifikasi Permasalahan

1. Observasi langsung dan wawancara dengan pemilik serta karyawan Kedai Sembako Indah untuk mengetahui kendala dalam operasional dan pelayanan saat ini.
2. Identifikasi keterbatasan jangkauan pasar dan efisiensi pelayanan.

b. Studi Literatur dan Benchmarking

1. Studi terhadap literatur terkait pemanfaatan teknologi digital pada UMKM, khususnya toko sembako.
2. Benchmark terhadap aplikasi digital yang umum digunakan oleh toko ritel kecil (misalnya aplikasi POS, marketplace, dan layanan pesan antar).

c. Perancangan Solusi Digital

1. Menentukan jenis aplikasi yang akan dimanfaatkan, seperti:
2. Aplikasi Point of Sales (POS) untuk pencatatan transaksi.
3. Platform marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk memperluas pasar.
4. Aplikasi komunikasi (WhatsApp Business) untuk pelayanan pelanggan.

5. Desain alur integrasi aplikasi dengan kegiatan operasional harian.
 - d. Implementasi Aplikasi Digital
 1. Penerapan aplikasi terpilih di Kedai Sembako Indah.
 2. Pelatihan kepada pemilik dan karyawan mengenai penggunaan aplikasi.
 3. Uji coba sistem dalam operasional harian selama periode tertentu.
 - e. Evaluasi dan Analisis
 1. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada pelanggan.
 2. Evaluasi efektivitas aplikasi berdasarkan indikator:
 3. Peningkatan jumlah pelanggan.
 4. Kecepatan dan kepuasan pelayanan.
 5. Kenaikan penjualan melalui kanal digital.
 6. Analisis keberhasilan implementasi dan rekomendasi pengembangan lebih lanjut.
- Hasil analisis ini digunakan untuk menyusun kesimpulan dan saran, yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM lain dalam menerapkan teknologi serupa.

2.3 Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dan watak dalam proses melaksanakan kegiatan berwirausaha. Kewirausahaan terimplementasi dalam nilai-nilai dan sikap yang diperlukan untuk berusaha. Watak ini mewujudkan ide kreatif dan inovatif dalam mengendalikan usaha. Dengan demikian ruang lingkup kewirausahaan mencakup seluruh proses yang mengandung nilai-nilai dan karakter yang tangguh dalam berwirausaha yang dapat juga dikatakan sebagai akhlak (perilaku) dalam melaksanakan kegiatan usaha, kewirausahaan mencakup sikap yang mengikuti proses dan perkembangan kewirausahaan termasuk kemampuan dalam menyikapi perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat. Pada prinsipnya kewirausahaan (entrepreneurship) adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan inovasi dan kreativitas yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usaha atau kiprahnya. Dengan demikian kewirausahaan merupakan kegiatan atau proses ataupun aktivitas yang dilakukan oleh seorang wirausaha. Kewirausahaan adalah aktivitas yang dilakukan sedangkan wirausaha adalah pribadi yang melakukannya [19].

Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya [20].

2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut [21].

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesiapun memandang penting keberadaan para pelaku UMKM. Buktinya, UMKM bersama dengan Koperasi memiliki wadah secara khusus di bawah Kementerian Koperasi dan UKM. Perhatian tinggi yang diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut tidak lain sebagai wujud pemerintah dalam menyangga ekonomi rakyat kecil. Apalagi, UMKM mampu memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat di sektor bawah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Bentuk Usaha

Tampilan depan UD. Kedai Sembako Indah, posisinya berada didepan rumah sehingga tidak perlu memikirkan biaya kios:

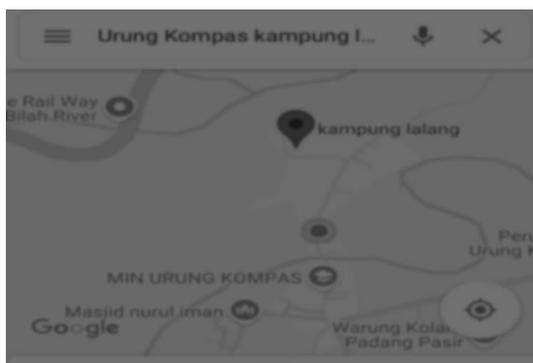


Gambar 1. Kedai Sembako Indah

Pada gambar 1 terlihat sebuah kedai yg bernama UD. Kedai sembako indah ini berdiri sejak tahun 2021, Indah Sari adalah nama pemilik atau pendiri toko ini, Lahir di Rantauuprpat pada tanggal 28 april 2002, pemilik UD Kedai sembako indah ini memulai usahanya dengan modal awal yg dimodalin oleh orangtuanya sendiri. UD Kedai sembako Indah bertempat di Jl. Kp.Lalang Urung Kompas. Indah sari membuka usaha kedai sembako karna tempat nya yang cocok berdekatan dengan tangkahan pasir tempat masyarakat sekitar bekerja, dimana rokok laku keras setiap harinya, bukan hanya rokok, UD Kedai sembako indah juga menyediakan bahan pokok lainnya seperti beras, minyak makan, gula, sabun, jajan, dan lain lain.

Visi dan misi Kedai Sembako Indah saling mendukung untuk menciptakan toko yang tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pelanggan dan masyarakat. Dengan fokus pada kualitas, pelayanan, dan keberlanjutan, kedai ini bertujuan untuk menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok mereka.

Jadwal operasional UD. Kedai sembako indah buka setiap harinya (senin – minggu) buka pukul 08.00 WIB sampai pukul 22.00 WIB, UD Kedai Sembako Indah memiliki 1 orang karyawan, dengan gaji Rp. 500.000/bulan. Selain itu, kami juga aktif di media sosial, memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online, yang kini menjadi pilihan utama bagi banyak pelanggan kami. Melalui platform online, pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi produk.



Gambar 2. Lokasi

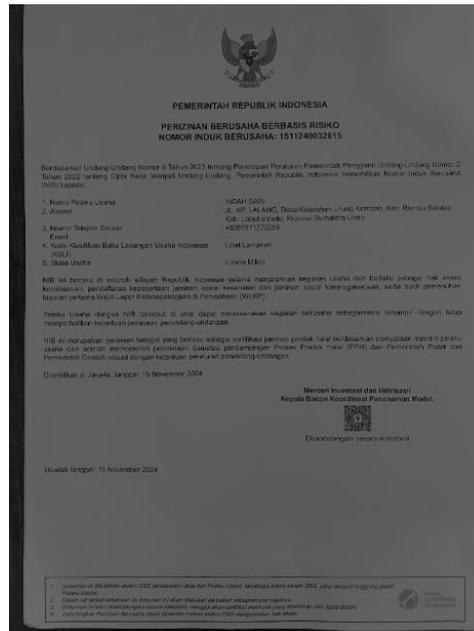
Pada gambar 2 terlihat sebuah lokasi Kedai Sembako Indah bertempat di Jln Kampung Lalang, kel. UrungKompas, Kec. Rantau Selatan, Kab. Labuhanbatu, Prov. Sumatera Utara, Indonesia.

Izin usaha merupakan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraam suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Bagi pemerintah, pengertian usaha dagang adalah suatu alat atau sarana untuk membina, mengarahkan, mengawasi, dan menerbitkan izin usaha perdagangan. Agar kegiatan usaha lancar, maka setiap pengusaha wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya.

Dengan nomor induk berusaha : 1511240032815, perizinan berusaha berbasis resiko telah diterbitkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 tahun 2023 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 2 tahun 2022 tentang cipta kerja menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada :

- a. Nama pelaku usaha : INDAH SARI
- b. Alamat : Jl.Kp.Lalang,Desa/Kelurahan Urung Kompas
- c. Nomor Telepon : 087811272289
- d. Email : -
- e. Skala Usaha : Usaha Mikro

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai seertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan pendamping. Proses Produk Halal (PPH) dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.



Gambar 3. Surat Izin Usaha

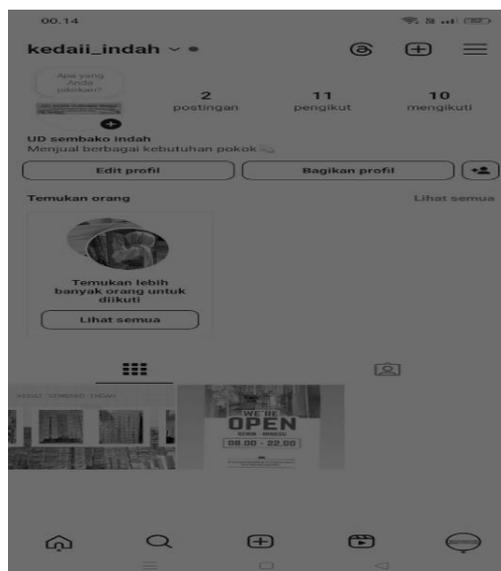
3.2 Platform Digital yang Digunakan

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain. Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain. Media sosial adalah proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan. Media sosial merupakan sesuatu yang dapat menciptakan bermacam-macam bentuk komunikasi dan informasi bagi semua yang menggunakannya.

Media sosial kini menjadi alat yang sangat efektif bagi bisnis, termasuk kedai sembako, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan menggunakan Platform seperti Instagram, Facebook, atau WhatsApp, kedai sembako Indah dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan, mempromosikan produk, serta memberikan informasi yang relevan.

a. Instagram

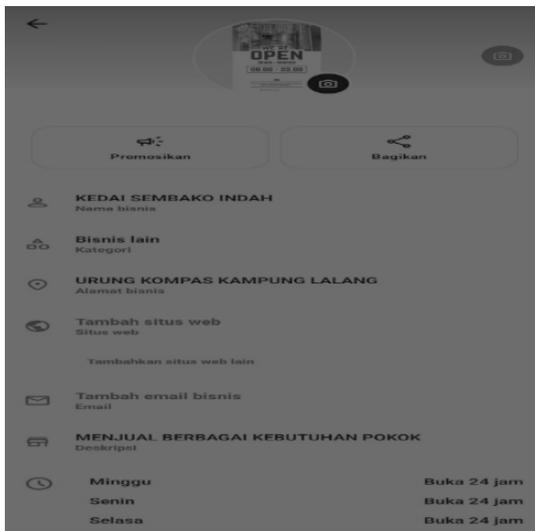
Kedai Sembako Indah memanfaatkan Instagram sebagai media untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan. Platform ini memungkinkan kedai untuk memperkenalkan produk sembako, memberikan informasi terkait promo, dan menjalin komunikasi dengan pelanggan secara langsung.



Gambar 4. Akun Instagram

b. WhatsApp Business

WhatsApp Bisnis digunakan oleh Kedai Sembako Indah sebagai sarana untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih personal dan langsung. Platform ini memungkinkan kedai untuk berinteraksi dengan pelanggan secara cepat dan efisien, serta memberikan informasi tentang produk dan promo secara langsung melalui chat. WhatsApp Bisnis juga digunakan untuk mempermudah proses pemesanan dan pengiriman produk sembako.

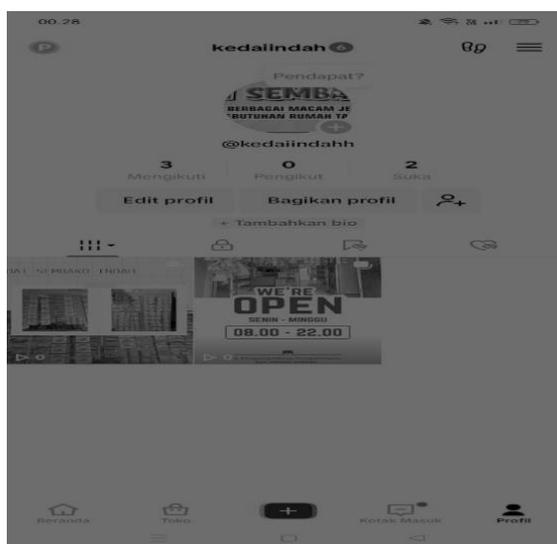


Gambar 5. Akun WhatsApp Business

WhatsApp Bisnis digunakan oleh Kedai Sembako Indah sebagai sarana untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih personal dan langsung. Platform ini memungkinkan kedai untuk berinteraksi dengan pelanggan secara cepat dan efisien, serta memberikan informasi tentang produk dan promo secara langsung melalui chat. WhatsApp Bisnis juga digunakan untuk mempermudah proses pemesanan dan pengiriman produk sembako.

c. Tiktok

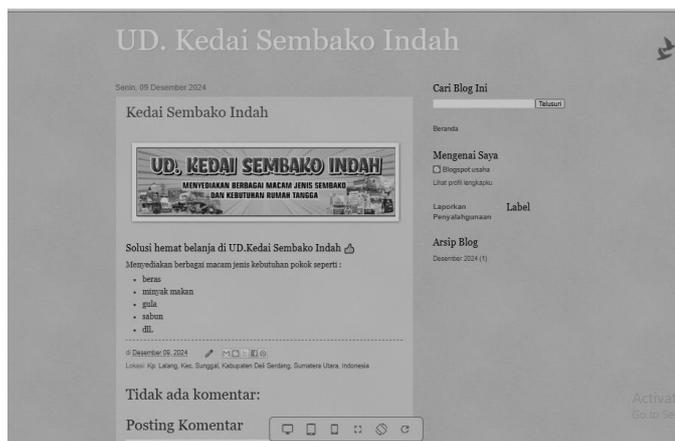
TikTok digunakan oleh Kedai Sembako Indah untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan aktif di platform ini. TikTok adalah tempat yang tepat untuk membuat konten kreatif dan menghibur, sambil memperkenalkan produk sembako kepada lebih banyak orang. Tujuan utama adalah meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, dan menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pengikut.



Gambar 6. Akun Tiktok

d. Website Toko Online / BLOGSPOT

Blog adalah singkatan dari weblog. Blog adalah jenis situs web yang dikembangkan dan dikelola oleh individu dengan menggunakan perangkat lunak (software) online atau Platform host yang sangat mudah pengguna, dengan ruang untuk menulis. Blog menampilkan publikasi online instan dan mengajak publik untuk membaca dan memberikan umpan balik sebagai komentar. Dalam definisi yang lebih formal, blog adalah website yang mengandung isi dalam urutan waktu terbalik dan terdiri atas posting-posting. Blog adalah semacam buku harian online.



Gambar 7. Blogspot Kedai sembako Indah

Biasanya suatu halaman blog terdiri dari sebuah bagian posting dan sidebar. Posting berisi tulisan-tulisan dengan judul dan penjelasan serta komentar diakhiri tulisan. Bagian posting merupakan bagian yang terbesar dalam suatu halaman blog. Di samping bagian posting terdapat sidebar yang bisa kita isi sesuai dengan keperluan dan keinginan kita sendiri. UD. Kedai sembako indah memilih blog media sebagai salah satu cara promosi usaha ini, yang bisa dibagikan ke internet seperti wa, ig, fb, yt, dll.

3.3 Proses Operasional yang Terintegrasi Digital

Digitalisasi membuat proses operasional menjadi lebih praktis dan efisien. Tahapan operasional yang dilakukan antara lain:

- Promosi produk dilakukan melalui unggahan rutin di Instagram, dan TikTok.
- Pemesanan dan konsultasi dilakukan melalui WhatsApp Business dengan tampilan katalog dan template balasan.
- Pembayaran dilakukan secara manual.
- Pengiriman diantar sampai rumah.
- Dokumentasi produk dan testimoni pelanggan disimpan dan dipublikasikan secara berkala untuk memperkuat kredibilitas toko.

3.4 Dampak Penerapan Teknologi Digital

Dengan penerapan teknologi digital, Kedai Sembako Indah mengalami sejumlah peningkatan signifikan, antara lain:

- Peningkatan jangkauan pasar: Dengan platform digital, Kedai Sembako berhasil menjangkau pelanggan dari luar daerah atau dusun yang sebelumnya sulit dicapai melalui promosi konvensional.
- Efisiensi waktu dan biaya: Komunikasi cepat, pencatatan pesanan terorganisir, dan proses pembayaran digital membuat operasional lebih efisien dan hemat biaya.
- Kenaikan penjualan: Peningkatan interaksi dan keterlibatan pelanggan melalui media sosial berbanding lurus dengan peningkatan jumlah pemesanan tiap bulannya.
- Penguatan branding: Eksistensi online menciptakan citra toko yang profesional, terpercaya, dan modern.

Walaupun penerapan teknologi digital memberikan dampak positif yang signifikan, Kedai Sembako Indah tetap menghadapi berbagai tantangan selama proses transformasi digital. Berikut adalah uraian mendetail terkait kendala utama yang dihadapi beserta solusi strategis yang dilakukan

3.5 Kendala dan Solusi Penerapan Teknologi Digital

Walaupun penerapan teknologi digital memberikan dampak positif yang signifikan, Kedai Sembako Indah tetap menghadapi berbagai tantangan selama proses transformasi digital. Berikut adalah uraian mendetail terkait kendala utama yang dihadapi beserta solusi strategis yang dilakukan :

- Rendahnya literasi digital

Kendala : dari pemilik dan pengelola kedai. Ketidakterbiasaan dalam menggunakan aplikasi kasir, e-wallet, serta platform pemasaran digital seperti media sosial menyebabkan adaptasi berlangsung lambat. Beberapa fitur pada aplikasi dianggap rumit, sehingga membutuhkan pendampingan khusus agar penggunaannya bisa optimal.

Solusi : melakukan pendampingan atau pelatihan digital secara berkala, baik oleh komunitas UMKM, pihak pemerintah daerah, maupun melalui platform daring yang menyediakan pelatihan gratis. Materi pelatihan dapat difokuskan pada penggunaan aplikasi kasir sederhana, strategi pemasaran lewat media sosial, dan pengelolaan keuangan digital.

- keterbatasan perangkat dan infrastruktur

Kendala : tidak tersedianya perangkat gawai yang memadai, koneksi internet yang tidak stabil, serta belum adanya sistem pencatatan digital yang terintegrasi sejak awal. Selain itu, sebagian besar transaksi pelanggan masih dilakukan secara tunai, sehingga adopsi metode pembayaran digital belum sepenuhnya berjalan. Hal ini juga berkaitan dengan

minimnya permintaan konsumen terhadap sistem digital, karena sebagian besar pelanggan juga belum terbiasa dengan transaksi nontunai.

Solusi : menyediakan perangkat dan aplikasi yang user-friendly, seperti aplikasi kasir berbasis Android yang bisa digunakan di ponsel sederhana, serta aplikasi yang memiliki fitur dalam bahasa Indonesia dan antarmuka yang mudah dipahami oleh pengguna non-teknis. Selain itu, penting juga untuk membangun kerja sama dengan penyedia layanan digital lokal, agar bisa membantu dalam instalasi, pelatihan, dan pemeliharaan sistem.

c. Gangguan Teknis dan Ketergantungan pada Internet

Kendala : Koneksi internet yang tidak stabil atau gangguan platform digital seperti Instagram down dapat menghambat proses promosi, komunikasi, dan pemesanan. Selain itu, jika perangkat seperti ponsel rusak, semua operasional bisa terganggu.

Solusi : Kedai Sembako Indah mengantisipasi hal ini dengan menyimpan data penting pelanggan di cloud (Google Drive) dan mencatat pesanan utama secara manual sebagai cadangan. Pemilik toko juga menyediakan perangkat cadangan sederhana untuk keadaan darurat agar operasional tetap berjalan meskipun perangkat utama bermasalah

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era modern, khususnya dalam Kedai Sembako. Kedai Sembako Indah sebagai objek studi menunjukkan bagaimana pemanfaatan teknologi digital mampu memberikan dampak signifikan terhadap operasional dan pelayanan usaha. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut: Pertama, Penerapan teknologi digital secara bertahap di Kedai Sembako Indah mampu meningkatkan efisiensi dalam operasional harian, terutama pada aspek pencatatan transaksi, pengelolaan stok barang, dan pelacakan penjualan. Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital pada Kedai Sembako Indah memberikan hasil yang menjanjikan dalam hal modernisasi sistem usaha, meskipun masih memerlukan pendampingan, pembiasaan, dan penguatan infrastruktur digital agar manfaatnya optimal dan berkelanjutan. Kedua, dari aspek promosi dan pemasaran, Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk dan menarik perhatian pelanggan baru secara lebih luas. Penerapan teknologi digital membantu Kedai Sembako Indah dalam memperluas jangkauan pasar, tidak hanya terbatas pada pelanggan sekitar tetapi juga potensial dari luar wilayah fisik toko. Ketiga, dalam hal layanan pelanggan dan transaksi, Keterbatasan literasi digital dan resistensi pelanggan terhadap perubahan sistem pembayaran masih menjadi tantangan dalam proses transisi dari transaksi manual ke digital. Dengan adanya sistem digital, Kedai Sembako Indah dapat memberikan layanan pelanggan yang lebih profesional, seperti mencetak struk digital, mencatat riwayat belanja, dan merespons keluhan atau permintaan khusus secara lebih cepat. Keempat, dampak dari penerapan teknologi digital ini dirasakan secara nyata oleh pemilik usaha. Dari segi efisiensi, pemrosesan pesanan menjadi lebih cepat dan terstruktur. Dari sisi pemasaran, toko berhasil menjangkau pelanggan dari luar kota yang sebelumnya tidak terakses oleh promosi konvensional. Selain itu, citra usaha menjadi lebih modern dan kompetitif, sejajar dengan toko bunga lain yang telah lebih dulu go digital. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa teknologi digital, meski sederhana dan murah, mampu memberikan dampak besar terhadap kemajuan UMKM. Studi kasus pada Kedai Sembako Indah menjadi contoh bahwa pelaku usaha mikro dapat memanfaatkan media sosial, aplikasi komunikasi, dan website secara efektif untuk meningkatkan operasional dan kualitas layanan. Digitalisasi bukan hanya kebutuhan, tetapi juga peluang strategis yang harus dimaksimalkan oleh UMKM agar tetap relevan, kompetitif, dan berkembang di tengah perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi.

REFERENCES

- [1] M. S. Sumbal, A. Tariq, Q. Amber, K. Janovská, and A. Ferraris, "Tech revolution unleashed: Navigating the winds of digital transformation in the fast lane," *Journal of Innovation and Knowledge*, vol. 9, no. 4, 2024, doi: 10.1016/j.jik.2024.100551.
- [2] G. Sitompul, P. Eleuwyaan, P. Rosmawati, N. Siahaan, N. Manurung, and B. H. Mutiara, "Penerapan Penggunaan Aplikasi Digital Kasir Pada Pelaku UMKM Warung Mba Merry," *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 02, no. 04, pp. 760–765, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.itc.web.id/index.php/jipm/article/view/2452>
- [3] Iskandar, Muharram, S. Hatta, and J. Syam, "Pemanfaatan Platform Digital oleh UMKM dalam Integrasi Digital Marketing dan Fintech," *Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, vol. 3, no. 1, pp. 104–109, 2025, doi: 10.63416/mrb.v3i1.352.
- [4] M. Masrukhan and Riska Khajiyah Isnaini, "Optimalisasi Teknologi dan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta," *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, vol. 3, no. 1, pp. 282–300, 2025, doi: 10.61132/nuansa.v3i1.1630.
- [5] D. Meliana, J. Riswati, and D. Astuti, "Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia," *Journal of Business Economics and Management*, vol. 01, no. 03, pp. 235–243, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.globalsciences.com/index.php/jbem/article/view/181>
- [6] A. Arkho and Cici Suila, "Analisis Pengembangan Bisnis Toko Kelontong Lancar Jaya Melalui Program Kemitraan Sampoerna Retail Community (Src)," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 17, no. 1, pp. 30–40, 2025, doi: 10.55598/jmk.v17i1.13.
- [7] Rizky Gunawan, Aldy Wiguna, and Rahmi Widia Purnama, "Tantangan Umkm Menghadapi Perusahaan Retail Modern Di Era Disrupsi Indomaret Dan Alfamart (Studi Kasus Provinsi Kepulauan Riau)," *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial*, vol. 1, no. 2, pp. 13–26, 2022, doi: 10.55606/jhpis.v1i2.459.

- [8] R. Mardikaningsih and D. Darmawan, "Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital," *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, vol. 1, no. 4, pp. 371–386, 2023.
- [9] T. H. Sari, "Implementasi Strategi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Di Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 33–41, 2025, [Online]. Available: <https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i1.976>
- [10] R. Hartono and A. Yudianto, "Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Business Sebagai Media Promosi Usaha Mama Naura Shop Desa Teluk Mesjid Kecamatan Danau Panggang Kabupaten Hulu Sungai Utara," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 1 No 1, pp. 77–81, 2024.
- [11] Asrulla, M. Latif, K. Anwar, and F. Jeka, "Optimalisasi Pembelajaran Digital Menuju Era Digitalisasi Pendidikan Studi Kasus Di SMA Al Azhar 4 Kemang," *Al-Riwayah : Jurnal Kependidikan*, vol. 16, no. 2, pp. 288–311, 2024, doi: 10.47945/al-riwayah.v16i2.1391.
- [12] M. S. Nilfatri, "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital," *FISKAL: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, vol. 01, no. 01, pp. 33–40, 2024.
- [13] A. T. Novitasari, "Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah," *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, vol. 9, no. 2, p. 184, 2022, doi: 10.30998/jabe.v9i2.13703.
- [14] S. A. Gunawan, T. Industri, and U. Pamulang, "Transformasi Digital dalam Warehouse Management : Eksplorasi Faktor Kunci Keberhasilan Implementasi Teknologi Internet of Things (IoT) pada Sistem Penyimpanan Barang," *Jupiter: Jurnal Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro dan Informatika*, vol. 3, no. 2, pp. 105–119, 2025.
- [15] A. Arjang, A. M. A. Ausat, and Y. B. Prasetya, "Optimalisasi Sistem Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Analisis Sinergi Inovasi Digital dan Fenomena FOMO dalam Dinamika Pasar," *Jurnal Minfo Polgan*, vol. 14, no. 1, pp. 68–76, 2025, doi: 10.33395/jmp.v14i1.14629.
- [16] A. T. Natania and R. Dwijayanti, "Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 12, no. 1, pp. 343–350, 2024.
- [17] W. R. Adhitya, T. Teviana, S. Sienny, A. Hidayat, and I. Khaira, "Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian," *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, vol. 5, no. 1, pp. 63–72, 2024, doi: 10.47065/tin.v5i1.5293.
- [18] Enny Diah Astuti and Rahmi Rosita, "Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia," *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, vol. 2, no. 4, pp. 119–134, 2024, doi: 10.47861/sammajiva.v2i4.1499.
- [19] S. Sartono and S. Sutrismi, "Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial dan Sosial (Studi Literatur) Entrepreneurship; Commercial and Social Entrepreneurship (Literature Study)," *Jurnal Benefit*, vol. 7, no. 2, pp. 94–102, 2020.
- [20] M. Turmuzi, I. G. P. Sudiarta, and I. M. Sutajaya, "Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Pembelajaran Matematika Materi Aritmatika Sosial Berorientasi Higher Order Thinking Skills (HOTS)," *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, vol. 6, no. 2, pp. 1978–1994, 2022, doi: 10.31004/cendekia.v6i2.1419.
- [21] S. Setyaningsih, M. D. Satyarini, and Slamet, "Pengembangan Inovasi Dalam Pengelolaan Umkm Kota Semarang Pasca Covid-19," *Manalisih: Jurnal Penelitian, Sosial, dan Humaniora*, vol. 1, no. 2, pp. 27–35, 2023, [Online]. Available: <https://www.e-journal.ivet.ac.id/index.php/manalisih/article/view/3149>
- [22] I. Lubis, H. Lubis, A. Zakir, and F. W. Silitonga, "Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Secara Online," *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 02, pp. 78–84, 2021, doi: 10.35447/prioritas.v3i02.417.