VOL. 10, NO. 1, DESEMBER 2025, HAL. 22-30
https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/j-indeks

Pembuatan Web Profil dan Manajemen Transaksi pada UMKM AG Home Industri Kotak Sanggan di Kabupaten Kediri

Implementing Web Profile and Transaction Management for MSME AG Home Industri Kotak Sanggan in Kediri Regency

Fadelis Sukya[1*], Benni Agung Nugroho[2], Dion Yanuarmawan[3], Fery Sofian Efendi[4], Ari Kuswinda[5]

Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang, Jl. Lingkar Maskumambang No.1, Sukorame, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64119[1,2,3,4,5]

***Penulis Korespondensi**: fadelis.sukya@polinema.ac.id

ABSTRAK

AG Home Industri Kotak Sanggan adalah usaha kecil dan menengah (UKM) yang berlokasi di Dusun Tawang, Desa Tawang, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. AG Home Industri memproduksi kotak sanggan siap jual (kotak hantaran) dan menerima pesanan dari toko maupun usaha katering. Terdapat beberapa variasi dan ukuran, mulai dari ukuran terkecil 25x25x10 cm hingga ukuran terbesar 30x30x11 cm. AG Home Industri mempromosikan dan memasarkan produk kotak sanggannya melalui pembaruan status WhatsApp, media sosial Instagram, atau dengan memperkenalkan langsung ke toko-toko di sekitar. Beberapa permasalahan yang dihadapi AG Home Industri adalah manajemen penyimpanan data produk belum sistematis, jenis kotak sanggan yang diproduksi cukup beragam, foto produk disimpan di galeri internal ponsel sehingga sulit mencari item tertentu, proses pemasaran dan penjualan dilakukan secara semi-konvensional dengan transaksi ditangani langsung oleh pemilik melalui pesan WhatsApp atau *direct message*. Masalah bagi mitra usaha adalah penjualan hanya terbatas melayani pemesanan atau pembelian dari masyarakat lokal. Telah diterapkan solusi dengan mengembangkan website untuk profil dan manajemen transaksi bagi AG Home Industri Kotak Sanggan Kediri sebagai solusi atas permasalahan manajemen pemasaran dan penyimpanan data produk. Memberikan pelatihan pemanfaatan *e-commerce* dan pemasaran media sosial sebagai solusi atas tantangan pemasaran.

Kata Kunci— **Manajemen Transaksi, Manajemen Produk, Manajemen Pemasaran, Website**

ABSTRACT

AG Home Industry Kotak Sanggan is a small and medium-sized enterprise (SME) located in Dusun Tawang, Tawang Village, Wates District, Kediri Regency, East Java. AG Home Industry produces ready-to-sell kotak sanggan (offering boxes) and accepts orders from stores or catering businesses. There are several variations and sizes, ranging from the smallest size of 25x25x10 cm to the largest size of 30x30x11 cm. AG Home Industry promotes and markets its kotak sanggan products through WhatsApp status updates, Instagram social media, or by directly introducing them to nearby stores. The problems faced by AG Home Industry are product data storage management is not yet systematic and low efficency. The types of kotak sanggan produced by AG Home Industry are quite diverse. Product photos are stored in the internal gallery of a mobile phone, making it difficult to search for specific items. Additionally, the data is prone to loss or accidental deletion. Marketing and sales processes are conducted semi-conventionally, with transactions handled directly by the owner via WhatsApp messages or Direct Messages. The problem for business partners is that sales are limited to serving orders or purchases only from the local community. The team offers the following solutions such as developing a website for profiling and transaction management for AG Home Industry Kotak Sanggan Kediri as a solution to product management and storage issues. Providing training on utilizing e-commerce and social media marketing management as a solution to marketing challenges.

Diterima: 6 November 2025; **Direvisi:** 9 Desember 2025; **Disetujui:** 17 Desember 2025
DOI: https://doi.org/10.33795/jindeks.v10i1.8853
ISSN: 2581-0995 (Online) | 2549-2799 (Print)

Keywords— ***Efficiency, Product Management, Marketing Management, Small and Medium Enterprises***

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Kediri kian mengalami peningkatan pasca melewati pandemi covid-19. Menurut Bupati Kediri Hanindhito Himawan Pramanadalam yang dikutip dari berita Antara, mengemukaan "produk UMKM di kabupaten ini cukup banyak hingga lebih dari 9.000 pemilik UMKM" [1]. Hal ini menandakan sektor UMKM menjadi tren yang positif di kalangan masyarakat Kabupaten Kediri dari tahun ke tahun. AG Home Industri dipilih karena Mitra mulai menjalankan usahanya dari tahun 2004 dan pada tahun 2023 mitra sudah memiliki izin usaha. Usaha ini dirintis oleh Ibu Dwi Purwati dan saat ini dilanjutkan oleh putranya Ade Yudi Irawan. Dalam 5 tahun ini, AG Home Industri mengalami perkembangan dari awal usaha hanya mengerjakan 10 perhari, saat ini sudah mengerjakan 100 kotak perhari dan bisa juga lebih apabila ada pesanan dari toko atau katering [2]. Kebutuhan masyarakat akan kotak sanggan ini semakin pesat untuk berbagai kegiatan, seperti kotak hadiah, kotak seserahan pernikahan, kotak hantaran acara lamaran dan acara-acara lain yang memerlukan snack sebagai sajian [3].

Pemberdayaan UMKM sebagai kegiatan ekonomi secara makro diarahkan agar semakin mampu menjadi wadah ekonomi yang handal untuk dapat bersaing dan berkiprah mengisi pembangunan perekonomian [4]. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mendominasi perekonomian Indonesia, baik dalam jumlah usaha maupun penyerapan tenaga kerja. Proporsi UMKM nasional menjadi yang tertinggi di Asia Tenggara lantaran mencapai 97% dari total pekerja pada 2021 [5] [6]. Terdapat 3 bidang pekerjaan yang ada di UMKM AG Home Industri, yaitu produksi, pengemasan, penjualan. AG Home Industri mengkaryakan tetangga sebagai karyawan bidang produksi, sedangkan pengemasan dan penjualan dikerjakan oleh pemilik langsung. Bidang produksi tahap pemotongan kardus dan pembuatan bentuk dasar dikerjakan pemilik di Desa Tawang dan anak pemilik yang berada di desa Mrican, sedangkan tahap perakitan dan pelapisan kertas motif AG Home Industri mengkaryakan tetangga di dusun tawang dan desa mrican. Jumlah karyawan yang bekerja merakit kotak sanggan kurang lebih 6 orang terdiri dari ibu rumah tangga dan remaja putri.

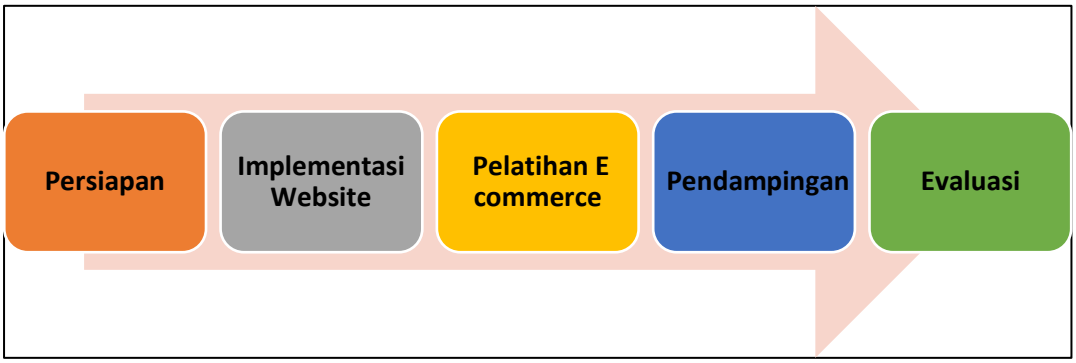
Harga jual kotak sanggan bervariasi, mulai ukuran paling kecil 25x25x10 dengan harga 3.300 rupiah per kotak sampai ukuran paling besar 30x30x11 seharga 3.900 rupiah per kotak. Selain itu untuk kotak sanggan yang dipesan dengan bentuk khusus harganya berbeda menyesuaikan dengan variasinya. AG Home Industri mengenalkan dan memasarkan

eISSN: 2581−0995
pISSN: 2549−2799

produknya berupa kotak sanggan melalui status WhatsApp, media sosial Instagram atau juga mengenalkan secara langsung toko di sekitar tempat tinggal [7]. AG Home Industri kotak sanggan belum memanfaatkan teknologi informasi untuk mengenalkan produknya dan belum memanfaatkan *platform e-commerce* untuk media pemasaran. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan Mitra [8] [9].

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan digunakan dalam program ini akan dilaksanakan dalam lima langkah yaitu Persiapan, Implementasi Website, Pelaksanaan Pelatihan, Pendampingan, dan Evaluasi digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Program

2.1.Persiapan

Pada tahap persiapan tim melakukan studi literatur untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk pembuatan teknologi [10]. Studi literatur dilakukan dengan pencarian referensi yang terkait dengan penelitian yaitu melalui internet dan jurnal-jurnal [11]. Tim pelaksana juga melakukan wawancara kepada Mitra untuk mengetahui administrator yang bekerja menggunakan sistem informasi yang akan dibuat. Dalam hal ini yang menjadi narasumber adalah pemilik dan karyawan UMKM AG Home Industri Kotak Sanggan Kediri [12].

2.2.Pembuatan Web Profil AG Home Industri

Tahapan pembuatan sistem dapat dibagi menjadi perancangan sistem, pembuatan sistem, dan pengujian. Perancangan sistem dimulai dengan merancang kebutuhan fungsional sistem dan kebutuhan non fungsional sistem [13]. Berikut rincian masing-masing kebutuhan meliputi analisis kebutuhan non-fungsional sistem perangkat lunak (*software*) terdiri dari XAMPP versi 8, PHP MyAdmin, Visual Studio Code, Chrome/Web Browser, PHP versi 7 dan Kebutuhan non fungsional perangkat keras (*hardware*) yaitu Laptop [14].

Web profil dan katalog AG Home Industri terdiri dari 3 fitur, yaitu fitur untuk pengguna admin, pemilik dan pengunjung.

a) Fitur untuk admin AG Home Industri

- Admin *login* dan *logout*
- Admin dapat mengelola data profil akun
- Admin dapat mengelola data produk (katalog produk)
- Admin dapat mengelola informasi cara pemesanan
- Admin dapat mengelola informasi nomor kontak yang terhubung dengan WhatsApp

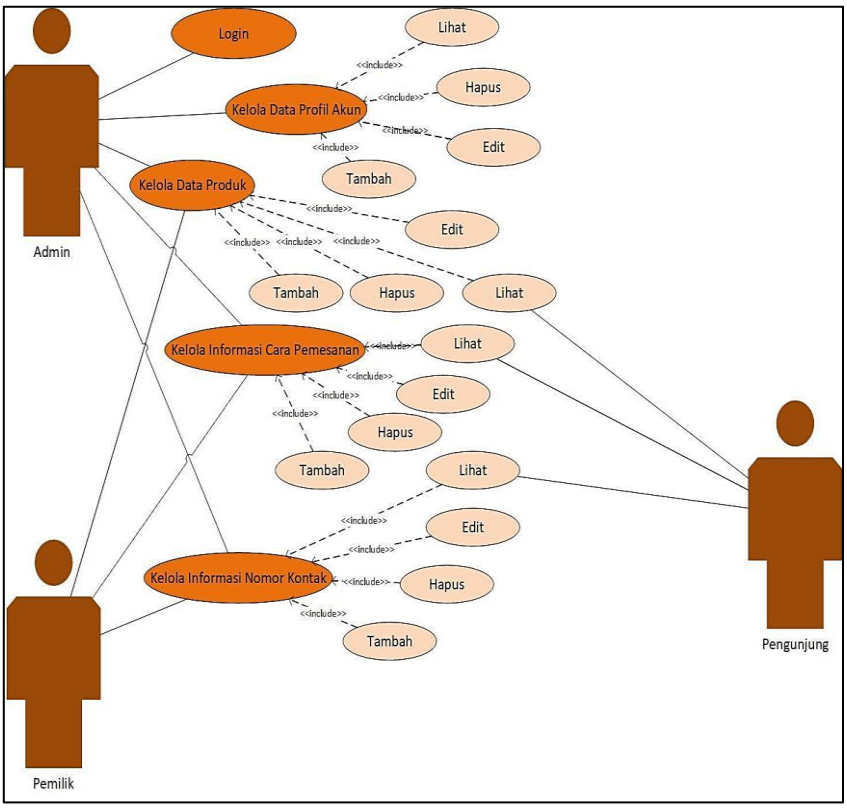
b) Fitur untuk Pemilik AG Home Industri

- Pemilik dapat memperbaiki data produk (katalog produk)
- Pemilik dapat mengelola informasi cara pemesanan
- Pemilik dapat mengelola informasi nomor kontak yang terhubung dengan WhatsApp

c) Fitur untuk Pengunjung website

- Pemilik dapat melihat data produk (katalog produk)
- Pemilik dapat melihat detail data produk (katalog produk)
- Pemilik dapat melihat informasi cara pemesanan
- Pemilik dapat terhubung dengan WhatsApp saat memilih produk

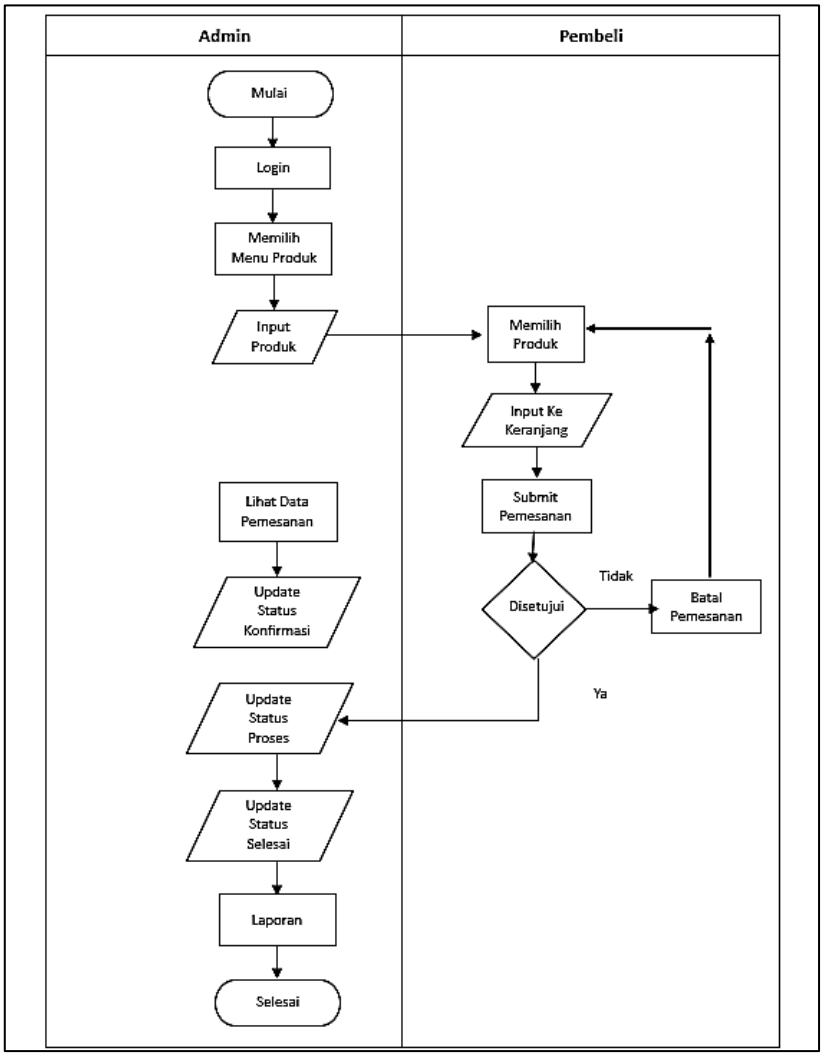
Detail dari fitur yang ada pada web profil bisa ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Usecase

eISSN: 2581−0995
pISSN: 2549−2799

Untuk alur dari proses yang dilakukan pada Unit Dagang (UD) AG Home Industri bisa dilihat pada Gambar 3.

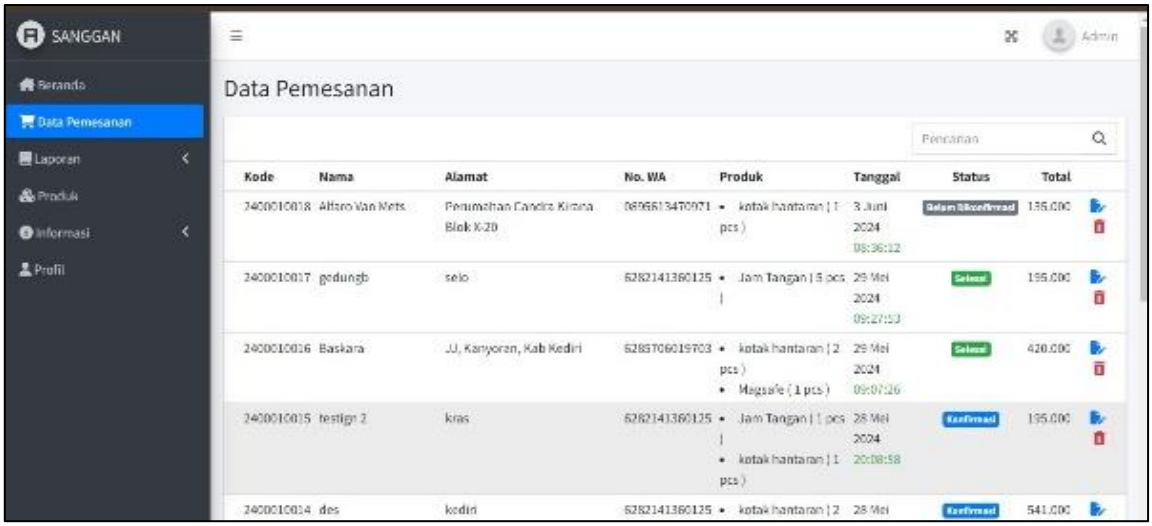


Gambar 3. Flowchart Aplikasi Sanggan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program ini menghasilkan dua aktivitas meliputi pembuatan aplikasi pencatatan transaksi berbasis web dan pembuatan akun Instagram untuk mendukung kegiatan promosi. Berikut modul yang dikembangkan pada aplikasi pencatatan transaksi. Data pemesanan adalah semua bentuk aktivitas yang terjadi pada halaman data pemesanan. Pada halaman ini admin dapat mengelola data pemesanan dari *customer*, terdapat aktivitas edit pemesanan untuk konfirmasi pesanan, dan hapus pemesanan. Untuk melakukan proses yang terdapat di halaman data pemesanan, admin dapat mengikuti langkah berikut.

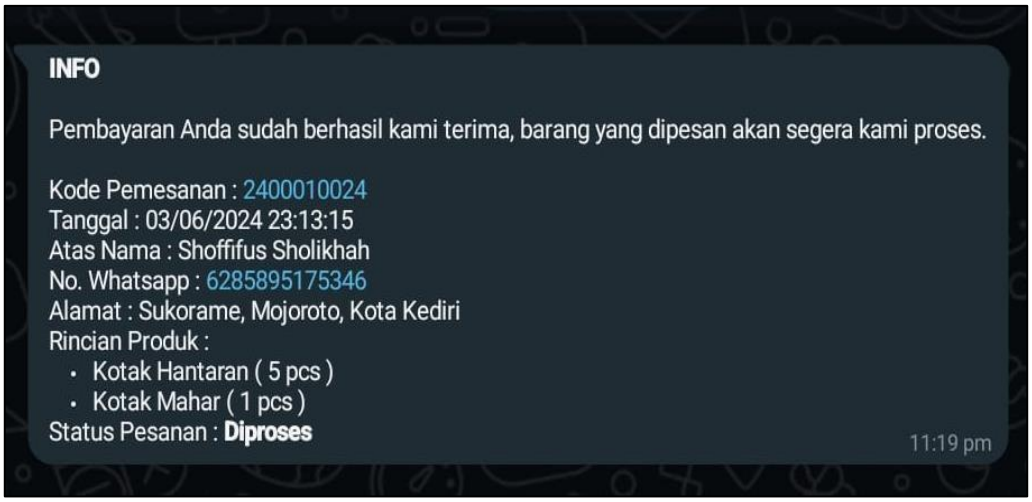
Pilih data Pemesanan untuk menampilkan data pemesanan oleh *customer*, tampilan seperti Gambar 4.



Gambar 4. Halaman Data Pemesanan

Halaman data pemesanan menampilkan semua data pemesanan dari *customer*, terdapat *icon* edit dan hapus data. Tombol edit data berguna untuk mengubah status pemesanan apakah dikonfirmasi, belum dikonfirmasi, atau selesai. Tombol hapus berguna untuk menghapus data pemesanan. Sebelum konfirmasi pemesanan, harap melakukan kesesuaian pada bukti pembayaran *customer* pada rekening admin, pastikan bukti yang dikirim masuk ke nomor rekening admin AG Home Industri untuk menghindari bukti pembayaran palsu.

Setelah dilakukan validasi, pembeli akan mendapatkan notifikasi terhadap order yang diproses. Gambar 5 meruapakan tampilan notifikasi yang diterima oleh pembeli.



Gambar 5. Notifikasi Order yang Diproses

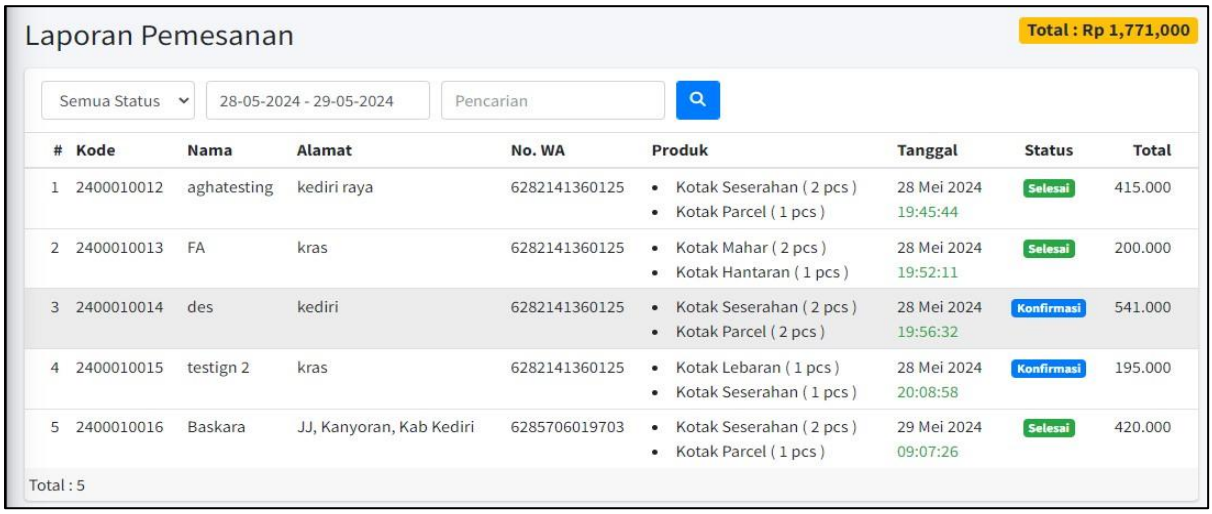
Setelah proses pengerjaan selesai, maka petugas akan melakukan *update* untuk dilakukan proses pengiriman kepada pembeli. Pembeli akan menerima notifikasi seperti pada Gambar 6.

eISSN: 2581−0995
pISSN: 2549−2799



Gambar 6. Notifikasi Pengiriman

Selain proses pencatatan transaksi dari awal sampai selesai barang pesanan dikirimkan, petugas juga bisa melihat rekap dari penjualan yang dilakukan. Gambar 7 menampilkan contoh menu untuk melihat data laporan transaksinya.



#	Kode	Nama	Alamat	No. WA	Produk	Tanggal	Status	Total
1	2400010012	aghatesting	kediri raya	6282141360125	• Kotak Seserahan (2 pcs) • Kotak Parcel (1 pcs)	28 Mei 2024 19:45:44	Selesai	415.000
2	2400010013	FA	kras	6282141360125	• Kotak Mahar (2 pcs) • Kotak Hantaran (1 pcs)	28 Mei 2024 19:52:11	Selesai	200.000
3	2400010014	des	kediri	6282141360125	• Kotak Seserahan (2 pcs) • Kotak Parcel (2 pcs)	28 Mei 2024 19:56:32	Konfirmasi	541.000
4	2400010015	testign 2	kras	6282141360125	• Kotak Lebaran (1 pcs) • Kotak Seserahan (1 pcs)	28 Mei 2024 20:08:58	Konfirmasi	195.000
5	2400010016	Baskara	JJ, Kanyoran, Kab Kediri	6285706019703	• Kotak Seserahan (2 pcs) • Kotak Parcel (1 pcs)	29 Mei 2024 09:07:26	Selesai	420.000

Total : 5

Gambar 7. Laporan Transaksi

Dalam laporan pemesanan ini bisa dilakukan penyesuaian terhadap rentang waktu transaksinya. Kegiatan berikutnya adalah melakukan pelatihan terhadap penggunaan aplikasi kepada petugas dari UD AG Home Industri. Kegiatan pelatihan ini dilakukan mulai dari awal *setup data master*, simulasi proses penjualan dan proses tindak lanjut penjualan sampai proses barang dilakukan pengiriman. Gambar 8 merupakan dokumentasi ketika proses pelatihan penggunaan aplikasi bersama dengan petugas.



Gambar 8. Proses Pelatihan Penggunaan Aplikasi

4. KESIMPULAN

Program perancangan web profil dan manajemen transaksi pada UMKM AG Home Industri Kotak Sanggan di Kabupaten Kediri ini secara umum berhasil dilaksanakan dengan baik. Respon dari mitra juga cukup baik karena merasa sangat terbantu dengan penggunaan teknologi yang kami tawarkan. Mitra juga menyampaikan masukan untuk kegiatan berikutnya supaya ada kegiatan lanjutan setelah kegiatan yang pertama ini. Karena mereka sangat bersemangat dalam rangka untuk pengembangan kapasitas usaha yang telah dijalankan selama ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Negeri Malang dan UMKM AG Home Industri Kotak Sanggan Kediri sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan lancar.

REFERENSI

[1] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, , Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.), Pearson, 2019.

[2] E. O. J. K. D. L. J. K. L. T.-P. &. T. D. C. Turban, Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective (8th ed.). Sp., 2018.

[3] N. Rahmawati and M. Sari, "Peran Website dalam Peningkatan Pemasaran Produk UMKM di Indonesia," *Jurnal Manajemen & Bisnis,* vol. 12, no. 1, pp. 30-40, 2019.

[4] P. Kotler and K. L. Keller, , Marketing Management (15th ed.), Pearson, 2016.

[5] K. C. Laudon and J. P. Laudon, Management Information Systems: Managing the Digital Firm (16th ed.), Pearson, 2020.

[6] M. K. Alrousan, A. S. Al-Adwan and A. Al-Madadha, "Factors Affecting the Adoption of E-Marketing by Decision Makers in SMEs: Evidence from Jordan," *International Journal of E-Business Research,* vol. 16, no. 1, pp. 1-27, 2020.

[7] M. Martini, D. Setiawan, D. Adhariani and Harymawa, "E-commerce and Micro and Small Industries Performance: The Role of Firm Size as a Moderator," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity,* vol. 9, no. 3, pp. 100-142, 2023.

[8] A. Y. Aremu, , "Factors Influencing the Usage of E-Business to Improve SME Performance," *International Journal of E-Business Research,* vol. 19, no. 1, pp. 1-16, 2023.

[9] Purwanto, A. , "Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital," *Jurnal Ekonomi Digital,* vol. 5, no. 2, pp. 112-125, 2021.

[10] A. M. A. &. P. V. N. A. O. Priyono, "Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs During the COVID-19 Pandemic," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity,* vol. 6, no. 4, p. 104, 2020.

[11] Y. Setiawan, Transformasi Digital untuk UMKM: Strategi dan Implementasi, Gramedia, 2021.

[12] E. Rustamaji, "Pemasaran Digital dan Pengaruhnya pada Daya Saing UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis,* vol. 16, no. 2, pp. 75-90, 2019.

[13] S. Sukmaningrum and E. Wulandari, "Analisis Penerapan Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital," *Jurnal Teknologi dan Informatika,* vol. 10, no. 1, pp. 1-9, 2020.

[14] A. Nugroho, Pengembangan Aplikasi Web untuk UMKM, Jakarta: Andi Publisher, 2020.

Artikel ini di bawah lisensi Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0)