



APLIKASI E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DENGAN GOOGLE ADS

E-COMMERCE APPLICATIONS AS A MARKETING STRATEGY FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMES) WITH GOOGLE ADS

Yakobus Mikael Lolo^{1*}, Trisno², Paulus Mikku Ate³

¹Universitas Stella Maris Sumba, Email: jhecky927lolo@gmail.com

²Universitas Stella Maris Sumba, Email: trisnomtf@gmail.com

³Universitas Stella Maris Sumba, Email: paulusmikkuate84@gmail.com

Email Korespondensi : jhecky927lolo@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the Indonesian economy, including in Southwest Sumba Regency, which had 20,020 micro and small enterprises (SMEs) in 2021 and 15,461 in 2022, according to data from the Statistics Indonesia (BPS) of East Nusa Tenggara Province. This data indicates a decline in the number of MSMEs in Southwest Sumba Regency between 2021 and 2022. Entrepreneurs face various challenges, particularly in product marketing. The main obstacles experienced by entrepreneurs are less strategic business locations, dependence on shops or supermarkets that charge high profit margins, and minimal use of social media and mobile applications for product marketing. Developing an e-commerce application integrated with Google Ads campaigns can be a solution to strengthen MSME digital marketing effectively and efficiently. Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia play a vital role in the economy, including in Southwest Sumba Regency. An e-commerce application developed using the Laravel framework provides an effective and efficient solution for managing online product sales. Key features such as product management, user management, and the checkout process have been successfully implemented.

Keywords: *UMKM, E-Commerce, information Systems, Google ADS.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Sumba Barat Daya, yang memiliki 20.020 unit usaha mikro dan kecil (UKM) pada tahun 2021, dan 15.461 unit pada tahun 2022, menurut data BPS Provinsi Nusa Tenggara Timur. Data ini menunjukkan ada penurunan jumlah UKM di Kabupaten Sumba Barat Daya antara tahun 2021 dan 2022. Pelaku usaha menghadapi berbagai kesulitan, terutama dalam hal pemasaran produk. Kendala utama yang di alami oleh pelaku pengusaha adalah tempat usaha yang kurang strategis, ketergantungan pada toko atau swalayan yang mengambil margin keuntungan tinggi, dan minimnya pemanfaatan media sosial dan aplikasi mobile untuk pemasaran produk. Pengembangan aplikasi e-commerce yang terintegrasi dengan kampanye Google Ads dapat menjadi solusi untuk memperkuat pemasaran digital UKM secara efektif dan efisien. Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian, termasuk di Kabupan Sumba Barat Daya Aplikasi e-commerce yang dikembangkan dengan menggunakan framework Laravel mampu memberikan solusi yang efektif dan efisien dalam melakukan pengelolaan penjualan produk secara online. Fitur-fitur utama seperti



manajemen produk, manajemen pengguna, dan proses checkout telah berhasil diimplementasikan dengan baik.

Kata Kunci: UMKM, E-Commerce, Sistem Informasi, Google ADS.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Sumba Barat Daya, yang memiliki 20.020 unit usaha mikro dan kecil (UKM) pada tahun 2021, dan 15.461 unit pada tahun 2022, menurut data BPS Provinsi Nusa Tenggara Timur. Data ini menunjukkan ada penurunan jumlah UKM di Kabupaten Sumba Barat Daya antara tahun 2021 dan 2022. Pelaku usaha menghadapi berbagai kesulitan, terutama dalam hal pemasaran produk. Kendala utama yang di alami oleh pelaku pengusaha adalah tempat usaha yang kurang strategis, ketergantungan pada toko atau swalayan yang mengambil margin keuntungan tinggi, dan minimnya pemanfaatan media sosial dan aplikasi mobile untuk pemasaran produk. Usah Kecil dan Menengah (UKM) merupakan perekonomian Indonesia. Namun, banyak UKM masih menghadapi tantangan dalam memasarkan produknya secara digital. Dengan penetrasi internet yang semakin luas dan penggunaan Google sebagai mesin pencarian utama, strategi pemasaran digital seperti Google Ads sangat potensial untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UKM.

Jenis usaha yang dilakukan berupa pengolahan makanan dan minuman yang dikembangkan berupa kacang mente, jahe merah, temulawak dan lain-lain yang sudah sejak lama diproduksi oleh masyarakat local dengan memanfaatkan hasil tanaman tubuhan dan sumberdaya lainnya yang ada, dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan dalam pengelolaan dan pengembangan usaha, para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM), idealnya memang membutuhkan peran dari instansi yang terkait seperti halnya pemerintah dapat mengupayakan peningkatan kemampuan dalam pengelolaan dan pengembangan usaha yang lebih maju. (Yarifuddin, A., Satryawati, & Away, J. L. (2023, Desember)).

Pengembangan aplikasi e-commerce yang terintegrasi dengan kampanye Google Ads dapat menjadi solusi untuk memperkuat pemasaran digital UKM secara efektif dan efisien. di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian, termasuk di Kabupan Sumba Barat Ddaya. Meskipun jumlah UKM semakin meningkat, banyak dari pengusaha yang menghadapi tantangan dalam memasarkan produk, terutama karena lokasi usaha yang kurang strategis dan ketergantungan pada toko-toko atau swalayan yang mengambil keuntunga besar daripenjualan produk mereka. Hal ini mengakibatkan harga produk yang lebih murah dan kesulitan bagi konsumen untuk mengetahui lokasi asli dari UKM tersebut. Selain itu, banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan media sosial atau aplikasi mobile untuk memasarkan produk mereka, sehingga potensi pasar yang luas belum dapat dimaksimalkan. (Kasmawi, K., Mansur, M., & Fitri, D. A. (2018)).

Dengan demikian, pengembangan Aplikasi E Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Produk Usah Kecil Menengah (UKM) Dengan Google Ads dapat menjadi strategi yang efektif bagi

UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan

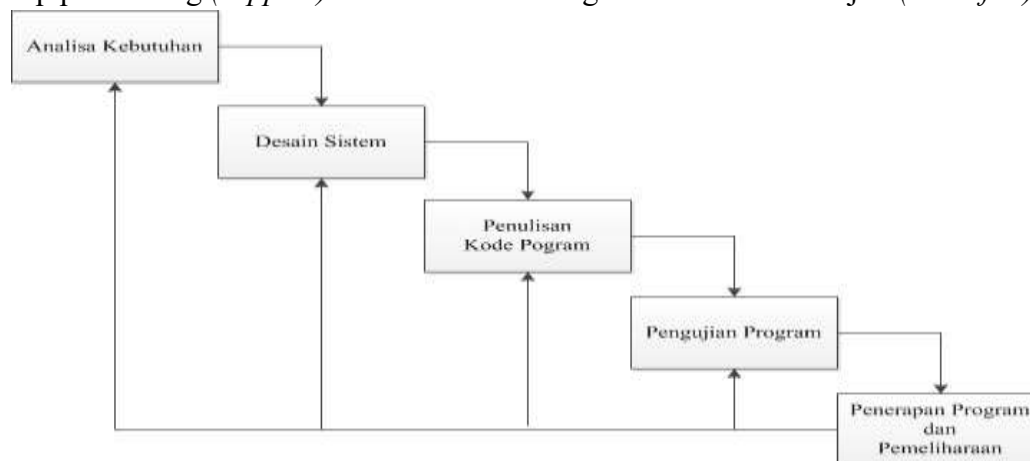
Penelitian yang dilakukan oleh Wisnu Rayhan Adhitya dkk (2024) dengan judul Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial metode yang digunakan deskriptif, dan hasil yang di dapat Integrasi e-commerce dan media sosial meningkatkan kenyamanan, efisiensi biaya, dan loyalitas pelanggan. Kemudahan akses dan interaksi sangat penting bagi UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Bunadi & Nurlinda (2023), dengan judul Pengaruh Adopsi E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Dimediasi oleh Orientasi Wirausaha, metode yang digunakan kuantitatif, hasil yang di dapat adalah E-commerce dan media sosial berdampak positif terhadap kinerja UMKM. Keberhasilan digitalisasi tergantung pada teknologi dan juga orientasi wirausaha pelakunya.

2. METODE PENELITIAN

a. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *waterfall*. Model SDLC air terjun (*waterfall*). Sering juga disebut model sekuensial linear (*sequential linear*) atau alur hidup klasik (*classic life cycle*). Model air terjun (*waterfall*) menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai analisis, desain, pengkodean, pengujian, dan tahap pendukung (*support*). Berikut ini adalah gambar model air terjun (*waterfall*).



Gambar 1. Model *Waterfall*

b. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data, meliputi hal-hal sebagai berikut

- ✓ Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan pelaku UMKM Sumba Barat Daya.

- ✓ Pengamatan

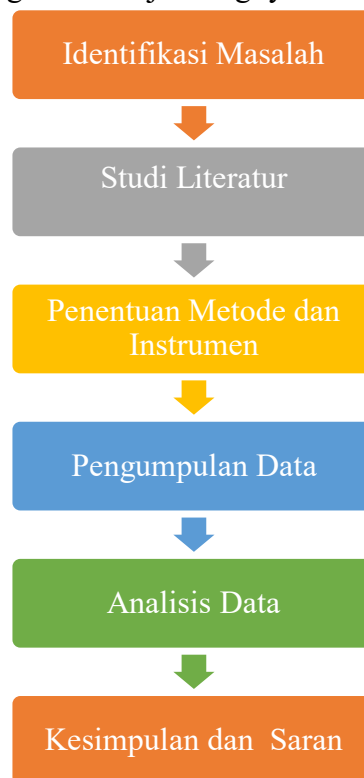
Pengamatan dilakukan oleh peneliti dengan pengamatan langsung pada Masyarakat UMKM.

✓ Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi data berupa data kuliner tenun dan lain-lain.

c. Perancangan Sistem

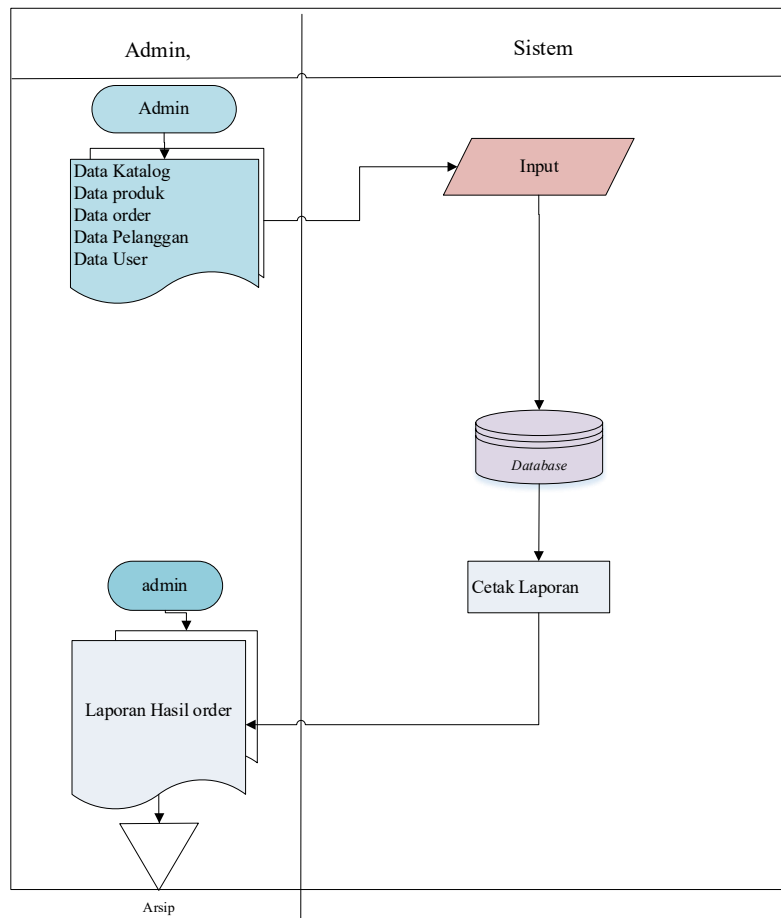
Perancangan sistem merupakan suatu sistem kegiatan yang dilakukan untuk mendesain suatu sistem yang mempunyai tahapan-tahapan kerja yang tersusun secara logis, dimulai dari pengumpulan data yang diperlukan guna pelaksanaan perancangan tersebut. Langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang telah dikumpulkan guna menentukan batasan-batasan sistem, kemudian melangkah lebih jauh lagi yakni merancang sistem tersebut.



Gambar 2. Flowchart Penelitian

d. Perancangan Perangkat Lunak

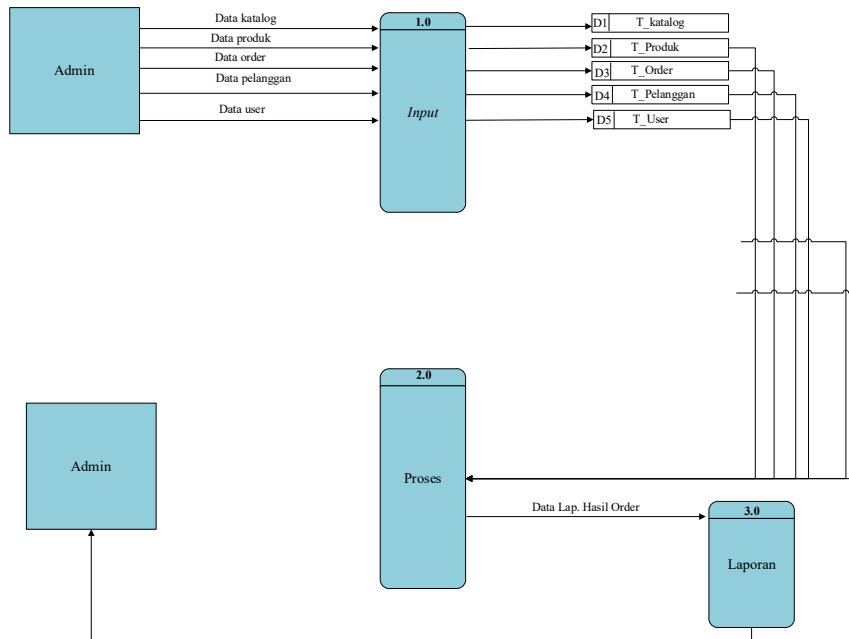
Alur dokumen merupakan sebuah diagram yang menggambarkan tentang bagaimana cara kerja sistem yang dapat dibangun dengan menggunakan simbol simbol grafis yang menyatakan alur algoritma atau proses yang menampilkan langkah-langkah yang disimbolkan dalam bentuk kotak dan mewakili keadaan pada sistem dan gambaran tentang dokumen-dokumen tersebut beredar



Gambar 3. Alur dokumen yang diusulkan

e. DFD level 0

DFD level merupakan peralatan yang berfungsi untuk menggambarkan secara rinci mengenai sistem sebagai jaringan kerja antar fungsi yang berhubungan satu sama lain dengan menunjukkan dari dan kemana data mengalir serta penyimpanannya. Pada DFD level 0 di atas terdapat satu entitas yang berperan penting yaitu entitas admin, hal ini disebabkan karena entitas ini berhubungan langsung dengan sistem dalam melakukan proses input data. Data-data tersebut akan disimpan oleh sistem ke dalam database untuk digunakan sebagai acuan dalam melakukan proses pengolahan. Sistem juga akan menghasilkan output yaitu berupa laporan yang ditujukan kepada admin.

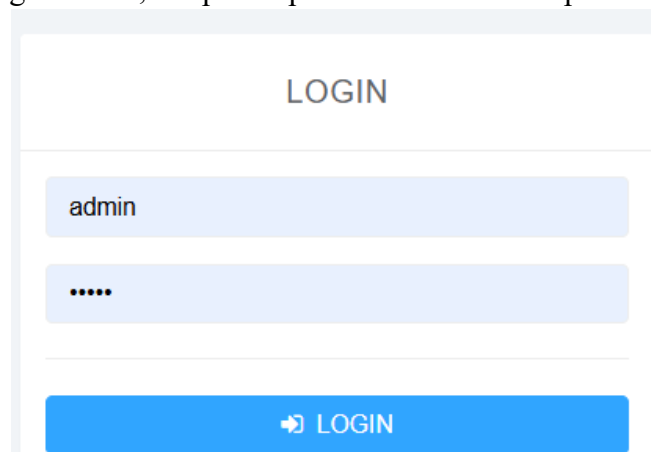


Gambar 5. DFD level 0

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

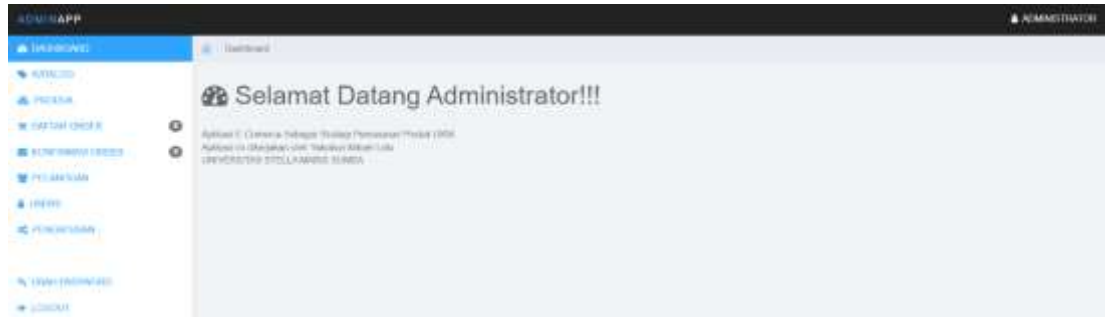
Pada hasil dan pembahasan ini akan digambarkan dan dijelaskan bagaimana proses manipulasi data atau implementasi dari sistem ini. Untuk mengimplementasikan di sistem ini maka dibuatlah sebuah menu secara interaktif untuk mempermudah user dalam melakukan manipulasi data melalui interface yang ada.

- a. Antarmuka login admin, tampilan aplikasi ini akan ditampilkan sebuah menu login.



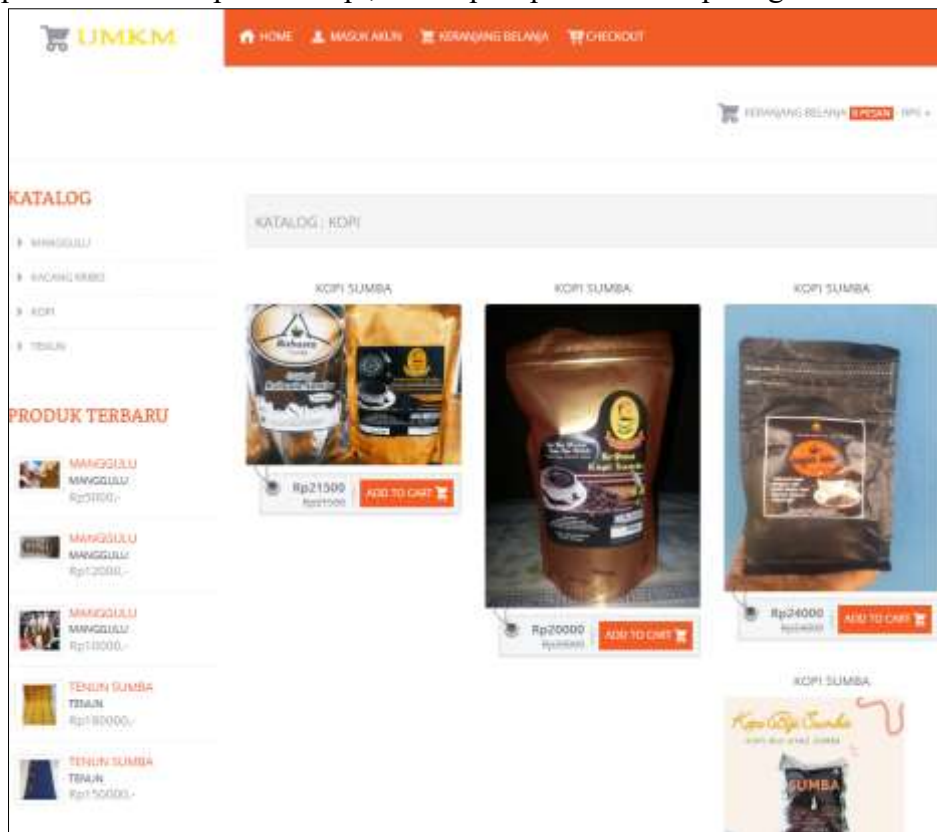
Gambar 6. Antarmuka login

- b. Antarmuka menu admin Pada menu admin dari aplikasi ini, terdapat 5 menu yaitu, menu katalog, menu produk, order, pelanggan, dan user. Berikut ini adalah fungsi dari masing-masing menu tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:



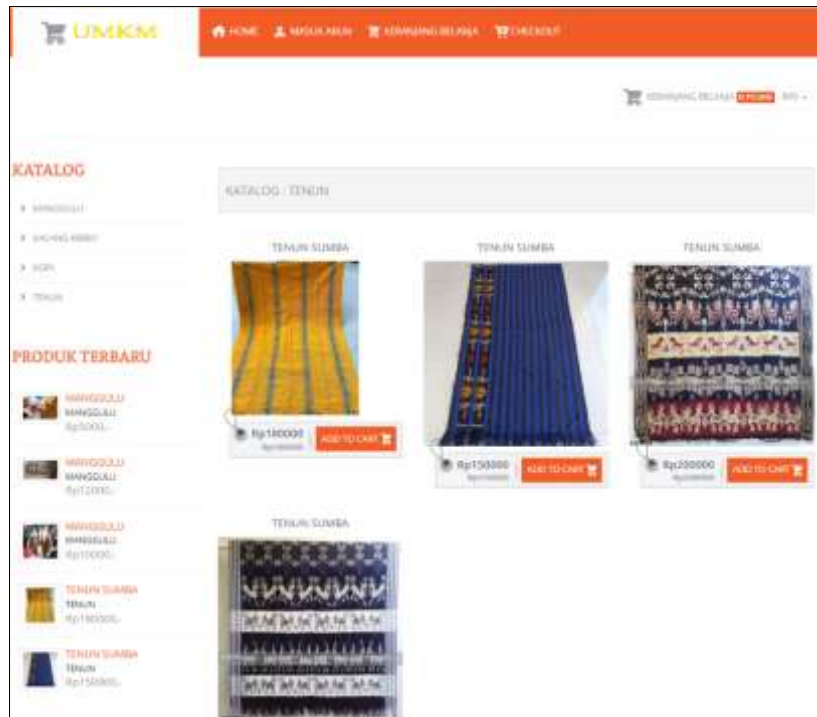
Gambar 7. Halaman admin

- c. Antarmuka Halaman UMKM kopi Pada Halaman beranda dari aplikasi ini, pelanggan dapat melihat data produk kopi, dan dapat apat di lihat seperti gambar berikut ini.



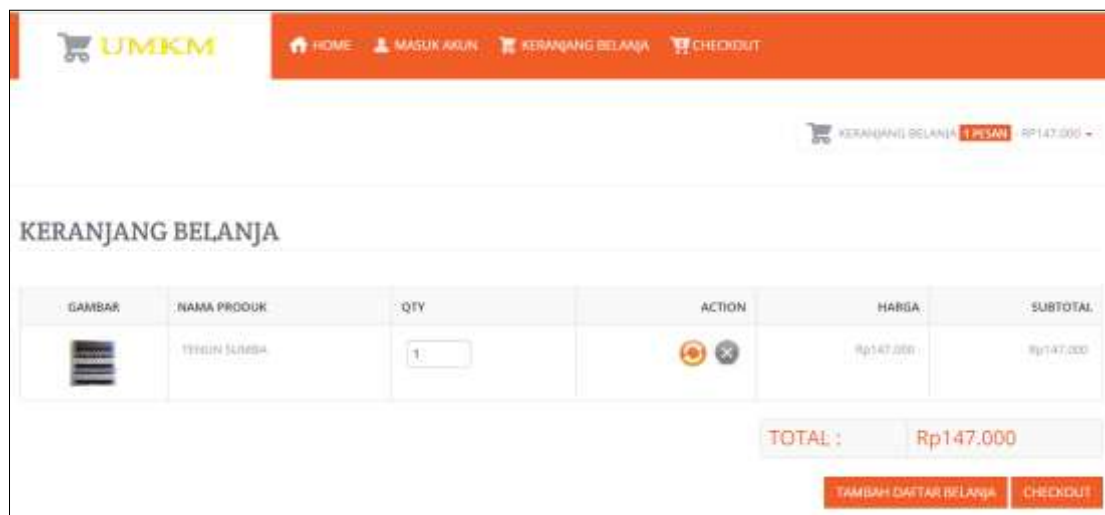
Gambar 8. Halaman Kopi

- d. Antarmuka Halaman UMKM Tenun Pada Halaman beranda dari aplikasi ini, pelanggan dapat melihat data produk Tenunu, dan dapat apat di lihat seperti gambar berikut ini.



Gambar 9. Halaman Tenun

- e. Antarmuka Halaman daftar transaksi Pada Halaman beranda dari aplikasi ini, pelanggan dapat belanja, dan dapat apat di lihat seperti gambar berikut ini.



Gambar 10. Halaman transaksi belanja

f. Pengujian blackbox

Pengujian black box dilakukan untuk menguji perangkat lunak dari segi spesifikasi fungsional tanpa menguji desain dan kode program. Pengujian di maksudkan untuk mengetahui apakah fungsi-fungsi, masukan, dan keluaran dari perangkat lunak sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan.


Tabel 1. Pengujian Black Box

No	Kasus Uji	Langkah Uji	Hasil yang diharapkan	Hasil Aktual	Keterangan
1	Menu Login	Run Program, muncul form login	Menampilkan form login	Tampilan Halaman utama	Berhasil
2	Menu Data Katalog	Klik Menu Data Katalog	Menampilkan form data Katalog	Tampilan Data Katalog	Berhasil
3	Menu Data order	Klik Menu Data order	Menampilkan form data order	Tampilan Data order	Berhasil
4.	Menu Data pelanggan	Menu Data pelanggan	Menampilkan form data pelanggan	Tampilan Data pelanggan	Berhasil
5.	Menu Data transaksi	Menu transaksi	Menampilkan form data transaksi	Tampilan Data transaksi	Berhasil
6.	Laporan Data Transaksi	Menu Laporan Transaksi	Menampilkan form data Laporan Transaksi	Tampilan Data Laporan Transaksi	Berhasil

4. KESIMPULAN

Aplikasi e-commerce yang dikembangkan dengan menggunakan framework Laravel mampu memberikan solusi yang efektif dan efisien dalam melakukan pengelolaan penjualan produk secara online. Fitur-fitur utama seperti manajemen produk, manajemen pengguna, dan proses checkout telah berhasil diimplementasikan dengan baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Nizar, M. (2023). Pelaku Digital Marketing terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Fajar).
- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, & Hidayat, A., Imamul, K. (2024). Implementasi digital marketing menggunakan platform e-commerce dan media sosial terhadap masyarakat dalam melakukan pembelian. Seminar Nasional Teknologi Informasi.
- Bunadi, A., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh adopsi e-commerce dan pemasaran media sosial terhadap kinerja UMKM dimediasi oleh orientasi wirausaha. *Jurnal Analisis*, 56–67.



- Herlinudinkhaji, D., Erwanti, N., Ramadhani, K. E., Purnamasari, D. & Masruroh, M. N. (2025). Pemanfaatan Google Ads dan Instagram Ads sebagai strategi pemasaran untuk pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 101–109.
- Hasibuan, A. Z., Siregar, D., Diansyah, T. M., & Faisal. (2024). Strategi iklan Google Ads yang efektif untuk meningkatkan omset UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Harapan*, 89–97.
- Chaffey, D. (2015). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Pearson Education.
- Fianty, M. I., & Saputri, F. R., Tampubolon, M. (2025). Optimizing market reach and sales growth for Putri's Home Cooking through e-commerce integration. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 45–52.
- Kasmawi, Mansur, M., & Fitri, D. A. (2018). Sistem informasi promosi produk: Studi pada usaha kecil menengah Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Digital Zone*, 33–40.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson.
- Yarifuddin, A., Satryawati, & Away, J. L. (2023, Desember). Penerapan aplikasi e-Commerce pada penjualan produk UMKM Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Perspektif Administrasi dan Bisnis*.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*