

ABSTRAK

Judul : Perencanaan Strategi Dan Implementasi Sistem Penjualan
UMKM Go-Digital Berbasis Web (Studi Kasus UMKM
Eskimo)
Nama : Albi Rudiawan Saputra
Program Studi : Teknik Informatika

Dalam upaya pembangunan perekonomian nasional, meningkatkan daya saing bagi usaha mikro kecil menengah merupakan salah satu faktor yang perlu diperhitungkan. Hal tersebut berkaitan dengan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan adanya strategi peningkatan daya saing bagi UMKM maka sektor pembangunan perekonomian nasional akan semakin besar, salah satu faktor yang cukup berperan penting untuk meningkatkan daya saing usaha mikro adalah dengan mengadopsi teknologi informasi. Metode yang digunakan untuk melakukan Perencanaan dan Strategi UMKM *Go-Digital* menggunakan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threats*) dan *Requirement Planning* sedangkan metode untuk melakukan pengembangan sistem menggunakan metode RAD (*Rapid Application Development*) Penelitian ini memiliki tujuan yaitu: 1. Mengetahui strategi *go digital* yang tepat dan perlu diterapkan oleh UMKM Eskimo Indonesia untuk peningkatan daya saing UMKM. 2. Mengetahui strategi *marketing online* yang tepat untuk UMKM Eskimo. 3. Mengetahui perencanaan untuk pengimplementasian dari strategi *go digital* dan strategi *marketing online* yang perlu dilakukan. Dengan demikian semakin banyaknya usaha mikro yang terlibat dalam ekonomi digital melalui *website, online partnership* atau *social media*. Usaha mikro dapat bertumbuh cepat dari segi pendapatan dan penyediaan lapangan kerja serta menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif untuk menghadapi persaingan di era teknologi dan digitalisasi. Perencanaan dan Strategi *Go-Digital* UMKM Eskimo Indonesia ini memerlukan dua metode pengumpulan data yaitu Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threats*) dan *Requirement Planning* untuk mengetahui *go digital* yang harus di implementasikan. Sedangkan Untuk mendukung perencanaan strategi dan implementasi UMKM *Go-Digital* dari faktor internal yaitu menggunakan analisis SWOT dan sistem penjualan berbasis *web* sedangkan untuk mendukung faktor eksternalnya diperlukan pengimplementasian strategi *digital marketing*.

Kata Kunci: Perencanaan Strategi, UMKM, Go-Digital, Analisis SWOT, RAD.

ABSTRACT

Title : Strategic Planning And Sales System Implementation Web-Based Go-Digital MSMEs (Case Study of MSMEs Eskimo)
Name : Albi Rudiawan Saputra
Study Program : Teknik Informatika

In an effort to develop the national economy, increasing the competitiveness of micro, small and medium enterprises is one of the factors that need to be taken into account. This is related to the role of MSMEs in national economic growth. With the strategy to increase competitiveness for MSMEs, the national economic development sector will be even greater, one of the factors that plays an important role in increasing the competitiveness of micro-enterprises is by adopting information technology. The method used to carry out the Go-Digital MSME Planning and Strategy uses SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Treaths) and Requirement Planning, while the method for developing the system uses the RAD (Rapid Application Development) method. Go digital is the right way and needs to be implemented by Indonesian Eskimo SMEs to increase the competitiveness of SMEs. 2. Knowing the right online marketing strategy for Eskimo SMEs. 3. Knowing the planning for the implementation of the go digital strategy and online marketing strategy that needs to be done. Thus, more and more micro businesses are involved in the digital economy through websites, online partnerships or social media. Micro-enterprises can grow rapidly in terms of income and provide employment opportunities as well as become more innovative and more competitive to face competition in the era of technology and digitalization. The Go-Digital Planning and Strategy of Indonesian Eskimo SMEs requires two data collection methods, namely SWOT Analysis (Strength, Weakness, Opportunity and Treaths) and Requirement Planning to find out which go digital must be implemented. Meanwhile, to support the strategic planning and implementation of Go-Digital MSMEs from internal factors, namely using SWOT analysis and a web-based sales system, while to support external factors it is necessary to implement a digital marketing strategy.

Keywords: Strategic Planning, MSMEs, Go-Digital, SWOT analysis, RAD.