

Desain Aplikasi Pemasaran Menggunakan E-Commerce di UMKM Batu Bata Riana

Design of a Marketing Application Using E-Commerce for the Batu Bata Riana MSMEs

Yusnawati ¹

Taufan Arif Adlie ²

Lely Masthura ³

Yusri Nadya ¹

Dewiyana ¹

Meri Andriani ¹

Nurlaila Handayani ¹

Muhammad Zeki ¹

Nurmalawati ¹

Nahdah Fadilah ¹

Sastika Amalia ^{1*}

Muhammad Khatami ¹

Aidil Rizky Nugraha ¹

¹Department of Industrial Engineering, Faculty of Science and Technology, Samudra University, Aceh, Indonesia

²Department of Mechanical Engineering, Faculty of Science and Technology, Samudra University, Aceh, Indonesia

³Department of Civil Engineering, Faculty of Science and Technology, Samudra University, Aceh, Indonesia

email: amaliasastika@unsam.ac.id

Kata Kunci

e-commerce
Pemasaran Digital
Aplikasi Web

Keywords:

E-commerce
Digital Marketing
Web Application

Received: August 2025

Accepted: October 2025

Published: January 2026

Abstrak

UMKM Batu Bata Riana di Desa Padang Langgis, Kecamatan Seruway, Kabupaten Aceh Tamiang merupakan salah satu pelaku usaha mikro yang bergerak dalam produksi batu bata merah dengan metode produksi konvensional. Selama ini pemasaran produk dilakukan secara manual melalui mulut ke mulut sehingga jangkauan pasar terbatas dan berdampak pada rendahnya volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan aplikasi pemasaran berbasis e-commerce yang dapat diakses secara daring sehingga memperluas pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Metodologi yang digunakan meliputi analisis kebutuhan mitra, perancangan antarmuka pengguna, pengembangan aplikasi berbasis web, uji coba fungsionalitas, dan evaluasi tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian menghasilkan aplikasi dengan fitur utama katalog produk, form pemesanan online, integrasi kontak langsung dengan pemilik usaha, dan penyajian informasi lokasi. Aplikasi yang dikembangkan telah diimplementasikan dan dapat diakses pada perangkat bergerak maupun komputer. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan minat beli pelanggan baru dan potensi peningkatan volume penjualan hingga 30% dibandingkan metode pemasaran konvensional. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi e-commerce pada UMKM batu bata memiliki dampak positif terhadap perluasan jaringan pemasaran, efisiensi proses transaksi, dan daya saing usaha di era digital.

Abstract

The Batu Bata Riana MSMEs located in Padang Langgis Village, Seruway Subdistrict, Aceh Tamiang Regency, is a micro-enterprise engaged in the production of red bricks using conventional production methods. Up until now, product marketing has primarily been carried out manually through word-of-mouth communication, resulting in limited market reach and low sales volume. This study aims to design and implement an e-commerce-based marketing application that is accessible online, thereby expanding the market reach and enhancing marketing effectiveness. The methodology includes partner needs analysis, user interface design, web-based application development, functionality testing, and user satisfaction evaluation. The resulting application features a product catalog, online ordering form, direct contact integration with the business owner, and location information display. The application has been implemented and is accessible via both mobile devices and desktop computers. Evaluation results indicate an increase in interest from new customers and a potential sales volume growth of up to 30% compared to conventional marketing methods. These findings demonstrate that the application of e-commerce technology in brick-producing MSMEs has a positive impact on market expansion, transaction process efficiency, and business competitiveness in the digital era.



© 2026 Yusnawati, Taufan Arif Adlie, Lely Masthura, Yusri Nadya, Dewiyana, Meri Andriani, Nurlaila Handayani, Muhammad Zeki, Nurmalawati, Nahdah Fadilah, Sastika Amalia, Muhammad Khatami, Aidil Rizky Nugraha. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i1Suppl-1.10485>

PENDAHULUAN

Batu bata merah merupakan salah satu material utama dalam industri konstruksi yang digunakan secara luas untuk pembangunan dinding, pagar, dan berbagai elemen bangunan lainnya. Material ini memiliki keunggulan dalam hal daya tahan, kekuatan, dan kemudahan diperoleh di berbagai daerah, termasuk di pedesaan. Proses pembuatan batu bata merah secara tradisional relatif sederhana, hanya memerlukan bahan baku tanah liat, air, dan proses pembakaran. Namun demikian, meskipun proses pembuatannya sederhana, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak pada industri batu bata sering kali menghadapi tantangan serius, khususnya dalam hal produktivitas dan pemasaran produk.

UMKM Batu Bata Riana yang berlokasi di Desa Padang Langgis, Kecamatan Seruway, Kabupaten Aceh Tamiang merupakan salah satu contoh pelaku usaha yang masih menggunakan sistem produksi konvensional. Dalam proses produksi, pekerja mencetak batu bata secara manual, mengeringkannya di bawah sinar matahari, dan kemudian membakarnya dengan menggunakan bahan bakar kayu atau tandan kosong kelapa sawit. Metode konvensional ini memiliki keterbatasan dari sisi kapasitas produksi, ketergantungan pada kondisi cuaca, serta waktu pengeringan yang relatif lama. Berdasarkan observasi, kapasitas produksi maksimum UMKM Batu Bata Riana adalah sekitar 15.000 batu bata per bulan dengan 5 pekerja. Kapasitas tersebut cukup untuk memenuhi permintaan lokal, namun tidak memadai untuk memperluas pasar ke wilayah yang lebih luas.

Selain keterbatasan dalam hal kapasitas produksi, permasalahan lain yang muncul adalah sistem pemasaran yang masih tradisional. Saat ini, penjualan produk dilakukan dengan cara promosi dari mulut ke mulut dan melalui jaringan pelanggan tetap yang berada di sekitar desa atau kecamatan. Metode pemasaran semacam ini menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar, sehingga produk sulit dikenal oleh konsumen di luar wilayah tersebut. Padahal, permintaan akan batu bata sebenarnya cukup tinggi seiring dengan pertumbuhan sektor konstruksi di berbagai daerah.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, internet telah menjadi salah satu sarana utama dalam dunia bisnis. Pemasaran berbasis elektronik atau *e-commerce* merupakan metode yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi proses penjualan, dan mendukung daya saing usaha (Ralahallo & Muhrim, 2024). *E-commerce* memungkinkan pelaku usaha untuk menyajikan produk mereka kepada konsumen dalam bentuk katalog digital, menyediakan informasi secara real time, dan memfasilitasi transaksi tanpa batasan geografis (Krisnawati, 2018). Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna internet di Indonesia terus meningkat dan pada tahun 2022 mencapai lebih dari 77% populasi (APJII *et al.*, 2014). Fenomena ini membuka peluang yang sangat besar bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produknya (Nasution, 2025).

UMKM Batu Bata Riana memiliki potensi besar untuk mengadopsi teknologi digital karena produknya memiliki pasar yang jelas dan permintaan yang relatif stabil. Namun, mitra ini menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang memiliki kemampuan di bidang teknologi informasi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi melalui kegiatan perancangan dan penerapan aplikasi pemasaran berbasis *e-commerce* yang sederhana, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Dengan adanya aplikasi pemasaran digital, UMKM diharapkan dapat meningkatkan akses informasi produk, memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan keuntungan usaha (Yusnawati *et al.*, 2023).

Permasalahan pemasaran yang dihadapi UMKM Batu Bata Riana menjadi fokus utama penelitian ini. Upaya yang telah dilakukan sebelumnya melalui perancangan dan implementasi alat pencetak batu bata otomatis berhasil meningkatkan kapasitas produksi, namun tanpa didukung strategi pemasaran yang lebih luas maka dampak peningkatan kapasitas tersebut tidak akan maksimal. Melalui penerapan aplikasi *e-commerce*

diharapkan pemasaran dapat dilakukan lebih efektif, menjangkau konsumen baru di luar area lokal, dan membangun citra usaha yang lebih modern.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang aplikasi pemasaran berbasis *e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM Batu Bata Riana, serta mengimplementasikan aplikasi yang dapat diakses secara daring baik melalui komputer maupun perangkat bergerak. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi dampak penerapan aplikasi terhadap jangkauan pemasaran dan potensi peningkatan volume penjualan. Kontribusi praktis dari penelitian ini adalah tersedianya solusi teknologi yang dapat langsung digunakan oleh UMKM untuk mendukung pertumbuhan usaha dan memperluas pasar. Sementara itu, kontribusi akademisnya adalah memberikan contoh studi kasus penerapan teknologi *e-commerce* pada UMKM sektor material bangunan yang selama ini masih jarang diteliti.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan aplikasi *e-commerce* yang sederhana dan fokus pada kebutuhan spesifik UMKM batu bata. Sebagian besar studi sebelumnya mengenai *e-commerce* pada UMKM lebih banyak berfokus pada sektor kuliner, fashion, atau jasa. Penelitian ini menghadirkan pendekatan berbeda dengan menyesuaikan sistem pemasaran digital untuk produk industri material bangunan yang cenderung memiliki karakteristik produk massal dan berbasis proyek. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi UMKM lain yang memiliki karakteristik serupa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran di era persaingan yang semakin ketat.

METODE

Metodologi pengabdian dibagi menjadi lima tahap utama:

1. Analisis Kebutuhan

Kebutuhan sistem dianalisis melalui wawancara dengan pemilik UMKM dan observasi proses bisnis yang berjalan. Identifikasi kebutuhan mencakup:

- a. Katalog produk (jenis batu bata dan harga)
- b. Sistem pemesanan online
- c. Informasi kontak dan lokasi UMKM
- d. Tampilan antarmuka yang sederhana dan mudah diakses

2. Desain Sistem

Desain aplikasi menggunakan pendekatan Business to Customer (B2C), di mana informasi produk dapat diakses langsung oleh konsumen. Desain antarmuka menggunakan model prototipe dengan tahapan:

- a. Sketsa halaman utama (home)
- b. Halaman katalog produk
- c. Formulir pemesanan
- d. Halaman kontak

3. Pengembangan Aplikasi

Aplikasi dikembangkan menggunakan framework berbasis web dengan teknologi HTML5, CSS, dan PHP serta database MySQL. Sistem dihosting menggunakan server berbasis cloud agar dapat diakses secara online melalui perangkat mobile maupun desktop.

4. Uji Coba

Uji coba dilakukan kepada pemilik UMKM dan beberapa pelanggan dengan mengevaluasi aspek kemudahan penggunaan (usability), kecepatan akses, dan kelengkapan informasi.

5. Evaluasi

Evaluasi keberhasilan diukur dari jumlah pengguna yang mengakses aplikasi dan perbandingan penjualan sebelum dan sesudah implementasi aplikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

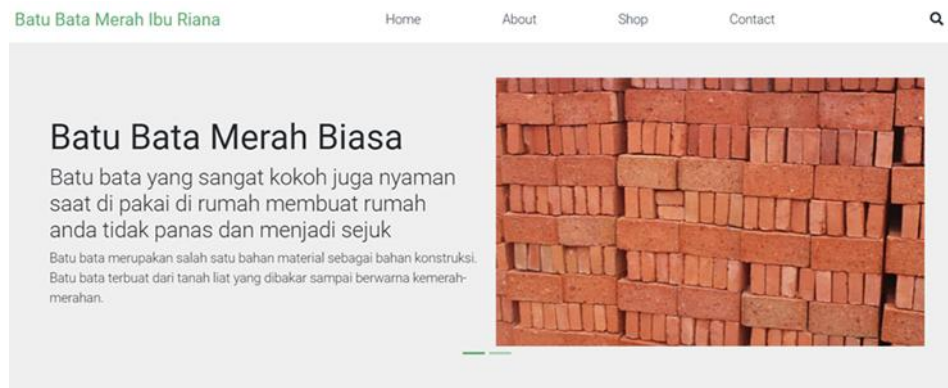
Desain Antarmuka Aplikasi

Antarmuka aplikasi pemasaran berbasis *e-commerce* untuk UMKM Batu Bata Riana dirancang dengan prinsip kesederhanaan, kemudahan akses, dan pengalaman pengguna (*user experience*) yang optimal. Desain ini mempertimbangkan karakteristik pengguna yang sebagian besar merupakan pelaku konstruksi lokal dan pembeli ritel yang membutuhkan proses pemesanan cepat tanpa harus melalui interaksi fisik yang panjang. Selain itu, desain dibuat responsif sehingga dapat diakses melalui berbagai perangkat, baik ponsel pintar maupun komputer/laptop, tanpa mengurangi kenyamanan navigasi.

Struktur antarmuka dibagi menjadi lima menu utama yang saling terintegrasi:

a. Home

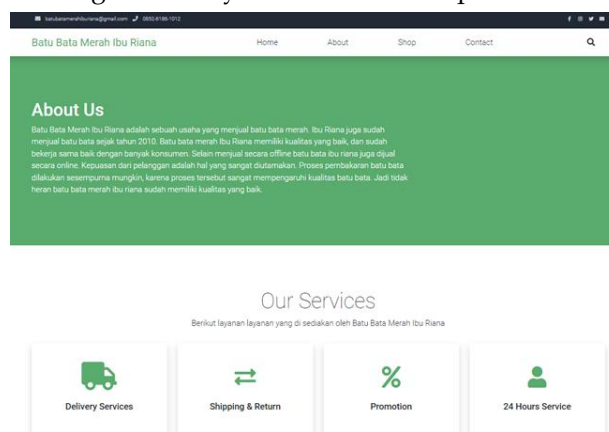
Menu Home merupakan halaman pertama yang tampil ketika pengguna mengakses aplikasi. Halaman ini menampilkan informasi umum mengenai UMKM Batu Bata Riana, seperti slogan usaha, foto produk unggulan, dan penawaran promosi terbaru. Di bagian atas halaman terdapat navigasi utama yang menghubungkan pengguna ke seluruh fitur aplikasi. Selain itu, ditampilkan slider gambar yang menampilkan proses produksi, stok produk siap kirim, serta testimoni singkat pelanggan yang memberikan kesan profesional dan meyakinkan. Tampilan Home dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Leaflet Materi Pemanfaatan Bahan Alam bagi Kesehatan (a) dan Ekstraksi Minyak Serai (b).

b. About

Halaman About berisi profil lengkap UMKM Batu Bata Riana, termasuk sejarah singkat berdirinya usaha, visi dan misi, serta informasi legalitas usaha. Halaman ini juga dilengkapi foto lokasi usaha dan tim produksi, sehingga pelanggan baru dapat mengenal lebih dekat kredibilitas dan latar belakang perusahaan. Tampilan dibuat sederhana dengan teks informatif dan layout visual berupa timeline perjalanan usaha untuk meningkatkan daya tarik visual. Tampilan About dapat dilihat pada Gambar 2.



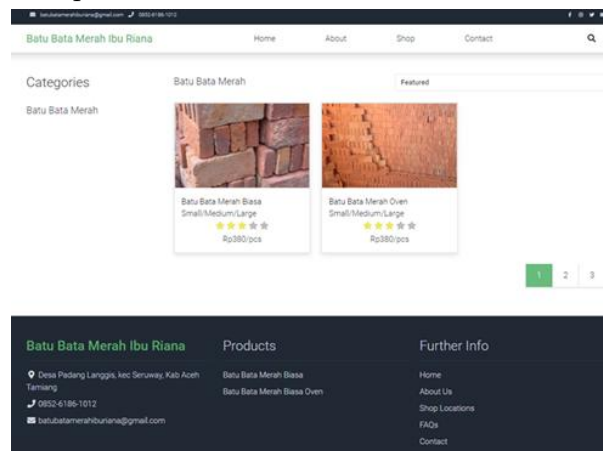
Gambar 2. Tampilan About.

c. Shop

Menu Shop menjadi inti dari aplikasi karena memuat katalog produk batu bata secara lengkap. Setiap produk dilengkapi dengan:

- 1) Foto resolusi tinggi yang memperlihatkan kualitas batu bata.
- 2) Spesifikasi produk seperti ukuran, berat, jenis bahan baku, dan kualitas.
- 3) Harga per unit serta informasi minimal pemesanan (MOQ).
- 4) Ketersediaan stok yang diperbarui secara real-time.
- 5) Pengguna dapat menyaring produk berdasarkan jenis (misalnya batu bata merah standar atau batu bata khusus proyek) dan jumlah yang dibutuhkan. Tampilan menu ini dibuat sederhana menyerupai *e-commerce* modern dengan grid layout, tombol add to order, serta fitur pembesaran gambar untuk detail produk.

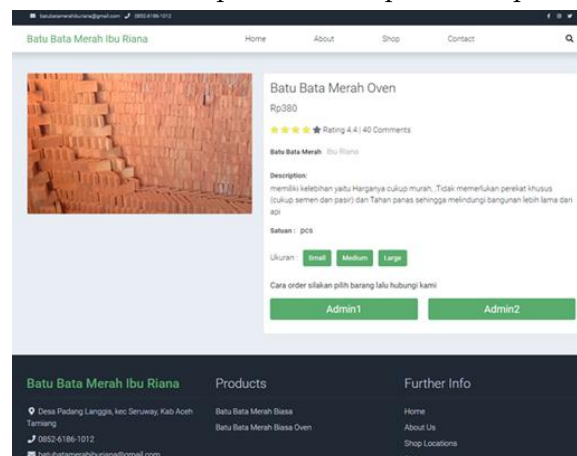
Tampilan Shop dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan Shop

d. Order

Menu Order dirancang sebagai formulir pemesanan cepat yang langsung terhubung ke pemilik UMKM melalui integrasi WhatsApp API dan email. Pengguna dapat mengisi jumlah pesanan, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang diinginkan. Setelah form dikirim, sistem akan otomatis membuka WhatsApp atau email pelanggan dengan format pesan yang sudah terisi sehingga mempercepat komunikasi dan mengurangi risiko kesalahan input data. Desain halaman Order memprioritaskan kesederhanaan, hanya menampilkan field penting, dan menggunakan tombol aksi berwarna kontras untuk memandu pengguna. Konfirmasi pesanan juga dikirimkan secara otomatis ke email pelanggan untuk dokumentasi. Tampilan order dapat dilihat pada Gambar 4.

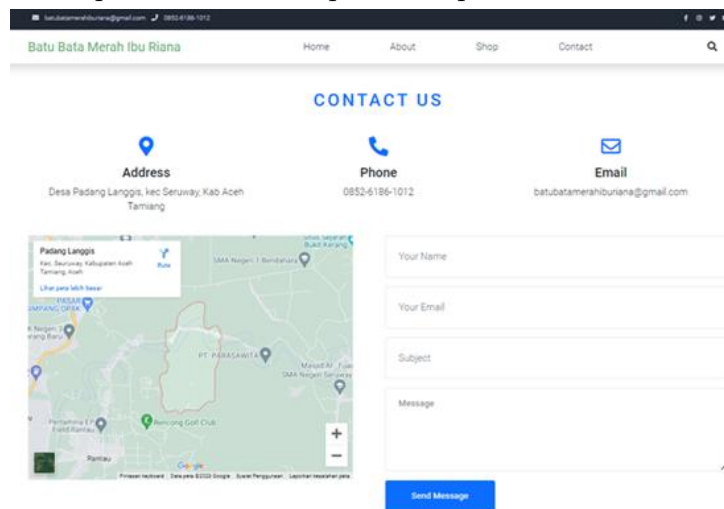


Gambar 4. Tampilan Order

e. Contact Us

Halaman Contact Us menyediakan informasi lengkap terkait alamat usaha, nomor telepon, email, serta peta lokasi yang terintegrasi dengan Google Maps. Hal ini memudahkan pengguna yang ingin melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM. Desain halaman menekankan pada kemudahan navigasi dengan ikon kontak yang dapat langsung ditekan (misalnya ikon telepon untuk melakukan panggilan langsung).

Keseluruhan desain antarmuka mengadopsi gaya minimalis dengan warna dominan merah bata yang merepresentasikan produk utama UMKM dan memberikan kesan kuat namun bersahabat. Pemilihan tipografi menggunakan font sans-serif agar teks mudah dibaca pada layar ponsel maupun desktop. Selain itu, setiap halaman memiliki tombol kembali ke beranda dan tombol bantuan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, terutama bagi pengguna baru yang belum terbiasa dengan aplikasi e-commerce. Tampilan Contact Us dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Contact Us.

Fitur Utama

Aplikasi pemasaran berbasis *e-commerce* yang dirancang untuk UMKM Batu Bata Riana memiliki empat fitur utama yang difokuskan untuk mendukung kelancaran proses pemasaran dan pemesanan. Fitur-fitur ini disesuaikan dengan kebutuhan mitra yang mengutamakan kemudahan operasional, efisiensi komunikasi, dan aksesibilitas bagi konsumen.

a. Katalog Produk

Katalog produk merupakan fokus utama dalam aplikasi karena menampilkan seluruh jenis batu bata yang diproduksi UMKM. Informasi yang ditampilkan meliputi:

- 1) Jenis Produk: batu bata merah standar dan variasi ukuran sesuai kebutuhan konstruksi.
- 2) Spesifikasi Teknis: dimensi, berat per unit, bahan baku yang digunakan, serta metode produksi (misalnya manual atau menggunakan alat otomatis).
- 3) Harga: harga per unit atau harga per seribu unit untuk pembelian skala proyek, dengan opsi harga grosir bagi pembelian dalam jumlah besar.
- 4) Ketersediaan Stok: indikator jumlah stok yang tersedia, diperbarui secara berkala untuk menghindari kelebihan pesanan.
- 5) Gambar Produk: foto dengan resolusi tinggi yang memperlihatkan detail tekstur dan warna batu bata sehingga pelanggan dapat memastikan kualitas visual sebelum membeli.
- 6) Katalog ini mendukung fungsi pencarian dan filter berdasarkan harga atau jenis batu bata sehingga pelanggan dapat dengan cepat menemukan produk sesuai kebutuhan mereka.

b. Pemesanan Online

Fitur pemesanan online memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk langsung memesan produk tanpa harus menghubungi pemilik usaha secara manual terlebih dahulu. Mekanisme fitur ini meliputi:

- 1) Form Pemesanan Sederhana: pelanggan hanya perlu mengisi nama, nomor telepon, jumlah pesanan, alamat pengiriman, serta opsi metode pembayaran (transfer bank atau pembayaran tunai).
- 2) Validasi Input: sistem memastikan semua kolom wajib terisi sebelum pesanan dikirimkan untuk meminimalkan kesalahan.
- 3) Integrasi Lokasi: alamat pengiriman dapat dipilih dengan bantuan peta interaktif untuk mempercepat proses input lokasi.
- 4) Estimasi Biaya: setelah data dimasukkan, sistem dapat memberikan perkiraan total biaya termasuk ongkos kirim (bila diperlukan).

Dengan fitur ini, proses pemesanan yang biasanya memerlukan panggilan telepon atau kunjungan langsung dapat diselesaikan dalam hitungan menit.

c. Konfirmasi Pesanan

Setelah pelanggan melakukan pemesanan, sistem secara otomatis mengirimkan notifikasi pesanan ke pihak pemilik UMKM melalui dua jalur:

- 1) Dashboard Admin: menampilkan daftar pesanan yang baru masuk, lengkap dengan data pelanggan, jumlah pesanan, dan catatan pengiriman.
- 2) Notifikasi Real-Time: berupa pesan otomatis yang dikirim ke email atau aplikasi pesan instan (WhatsApp) pemilik usaha.

Selain notifikasi untuk pemilik UMKM, pelanggan juga menerima konfirmasi pesanan via email yang berisi ringkasan pesanan, nomor kontak, dan estimasi waktu pengiriman. Hal ini meningkatkan kepercayaan pelanggan karena mereka memperoleh bukti transaksi digital yang jelas dan terdokumentasi.

d. Kontak Langsung

Untuk mempercepat komunikasi dan menangani pertanyaan pelanggan, aplikasi memiliki fitur integrasi WhatsApp API yang memungkinkan pengguna langsung terhubung dengan pemilik usaha melalui tombol Contact Now. Dengan sekali tekan, sistem akan membuka aplikasi WhatsApp di perangkat pelanggan dan mengisi format pesan otomatis seperti:

"Halo, saya tertarik untuk memesan [jumlah] batu bata dengan alamat pengiriman [alamat]. Mohon konfirmasinya."

Fitur ini mengurangi hambatan komunikasi karena pelanggan tidak perlu mengetik manual detail pesanan dan tidak perlu mencari nomor kontak secara terpisah. Selain WhatsApp, fitur ini juga menyediakan opsi email dan panggilan telepon langsung bagi pelanggan yang memilih media komunikasi berbeda.

Implementasi

Aplikasi *e-commerce* untuk UMKM Batu Bata Riana telah berhasil dikembangkan dan diunggah ke alamat <https://batubatamerahiburiana.com>, sehingga dapat diakses secara publik menggunakan perangkat mobile maupun desktop. Proses implementasi dimulai dengan penyelesaian tahap pengembangan dan pengujian fungsionalitas aplikasi di laboratorium Teknik Informatika Universitas Samudra. Setelah dinyatakan stabil dan bebas dari kesalahan kritis, aplikasi dipindahkan ke server berbasis cloud agar dapat diakses secara online secara terus-menerus selama 24 jam.

Sebelum aplikasi dipublikasikan, dilakukan proses pelatihan singkat kepada pemilik UMKM dan dua orang staf yang bertanggung jawab dalam proses administrasi pesanan. Pelatihan ini meliputi cara memperbarui katalog produk, memeriksa pesanan baru melalui dashboard admin, dan mengelola konfirmasi transaksi. Selain itu, dilakukan uji coba sistem pembayaran melalui transfer bank serta uji koneksi real-time ke WhatsApp untuk memastikan seluruh integrasi berjalan dengan baik.

Uji coba awal dilakukan dengan melibatkan 10 pelanggan tetap yang sebelumnya memesan batu bata melalui cara konvensional. Para pelanggan tersebut diminta mencoba aplikasi mulai dari tahap pencarian produk, pengisian formulir pemesanan, hingga konfirmasi akhir. Hasil uji coba menunjukkan bahwa 90% responden menyatakan proses pemesanan menjadi lebih cepat dan lebih jelas karena tidak memerlukan komunikasi berulang untuk menentukan jumlah dan spesifikasi pesanan. Selain itu, fitur integrasi WhatsApp mempermudah komunikasi lanjutan mengenai waktu pengiriman dan metode pembayaran.

Pihak UMKM juga melaporkan bahwa pencatatan pesanan menjadi lebih rapi karena sistem otomatis menyimpan data setiap transaksi, sehingga mengurangi risiko kehilangan informasi pesanan yang sering terjadi pada metode manual berbasis telepon atau catatan kertas. Setelah seluruh tahapan implementasi selesai, aplikasi resmi dipublikasikan dan dipromosikan melalui media sosial serta penyebaran informasi langsung kepada pelanggan setia.

Dampak Penerapan

Dampak penerapan aplikasi *e-commerce* mulai terlihat dalam waktu tiga bulan setelah peluncuran resmi. Berdasarkan hasil wawancara dan catatan penjualan, terjadi peningkatan rata-rata permintaan sebesar 30% dibandingkan periode yang sama sebelum aplikasi digunakan. Peningkatan ini berasal dari dua sumber utama:

- 1) Pelanggan lama yang kini lebih sering memesan karena proses pemesanan menjadi lebih mudah dan cepat.
- 2) Pelanggan baru dari luar daerah yang sebelumnya belum mengetahui keberadaan UMKM Batu Bata Riana tetapi mendapatkan informasi melalui aplikasi.

Selain peningkatan jumlah pesanan, terdapat beberapa dampak positif lainnya:

- 1) Perluasan Pangsa Pasar: Jika sebelumnya konsumen UMKM hanya berasal dari wilayah Kecamatan Seruway dan desa-desa sekitar, kini terdapat pesanan dari kecamatan lain bahkan dari kabupaten tetangga. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi berhasil memperluas jangkauan pemasaran melampaui batas lokal.
- 2) Efisiensi Komunikasi: Pemilik usaha melaporkan berkurangnya jumlah panggilan telepon untuk sekadar menanyakan stok dan harga, karena informasi tersebut sudah tersedia secara lengkap di aplikasi. Hal ini menghemat waktu baik bagi pemilik usaha maupun pelanggan.
- 3) Peningkatan Profesionalisme: Tampilan aplikasi yang modern meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan UMKM. Beberapa pelanggan baru menyebutkan bahwa keberadaan aplikasi membuat UMKM terlihat lebih profesional dan kredibel.
- 4) Dokumentasi Pesanan yang Lebih Baik: Semua data pesanan tersimpan dalam database, mempermudah analisis penjualan bulanan dan membantu perencanaan produksi.
- 5) Dengan adanya peningkatan permintaan dan perluasan pangsa pasar, UMKM Batu Bata Riana kini memiliki aliran pendapatan yang lebih stabil serta peluang untuk melakukan investasi lebih lanjut pada peralatan produksi dan peningkatan kapasitas.

KESIMPULAN

Perancangan aplikasi pemasaran berbasis *e-commerce* untuk UMKM Batu Bata Riana dapat memecahkan masalah keterbatasan jangkauan pemasaran. Aplikasi ini memiliki fitur katalog produk, pemesanan online, dan kontak langsung, yang terbukti mampu meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar. Ke depan, aplikasi dapat dikembangkan dengan fitur pembayaran online dan integrasi logistik agar layanan lebih optimal.

REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2014). Profil pengguna internet Indonesia 2014. APJII.
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69–74. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>
- Nasution, M. H. (2025). Menghadapi tantangan digital: Kolaborasi antara e-commerce dan e-business. *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences*, 2(2), 82–92.
- Ralahallo, B. A. B., & Muhrim, M. R. (2024). Dampak strategi pemasaran digital terhadap pertumbuhan bisnis e-commerce di Indonesia. *HIPOTESA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 71–83.
- Yusnawati, Y., Adlie, T. A., & Masthura, L. (2023). Teknologi alat pencetakan batu bata merah otomatis untuk meningkatkan produktivitas UMKM. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(10), 3823–3827. <https://doi.org/10.31604/jpm.v6i10.3823-3827>