JDSP
Jurnal Data Science Penusa
E-ISSN: 1234-5678

PENGEMBANGAN INOVASI DIGITALISASI SEBAGAI SARANA UNTUK MEMPERLUAS PROMOSI PADA TOKO MPOK DEVI

Bella Monika, Osman manalu
1) Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara
2) STMIK Pelita Nusantara
monikabella923@gmail.com, osmanmanalu7403@gmail.com

Received: 9 August Accepted: 25 Juni 2026 Published: 6 July 2026
Pp. 39-47

***Penulis Koresponden**

Kata Kunci: inovasi digitalisasi, promosi, media sosial, *google site,* dan *website*

JDSP: Jurnal Data Science Penusa is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Abstrak : Penelitian ini dilakukan di Toko Mpok Devi, sebagai salah satu pelaku usaha UMKM yang bergerak dibidang penjualan makanan ringan, menghadapi tantangan dalam menjangkau konsumen secara luas karena masih bergantung pada metode promosi konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi inovasi digitalisasi melalui pemanfaatan media sosial dan website sebagai sarana untuk memperluas promosi serta meningkatkan daya saing usaha. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi yang dilaksanakan di Toko Mpok Devi.Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan website menggunakan platform *google site yang* terintegrasi dengan media sosial seperti *instagram* dan *facebook* mampu meningkatkan visibilitas toko secara *online*. Selain itu, penggunaan aplikasi pendukung seperti *whatsapp business, google form,* dan *google spreadsheet* turut membantu dalam penegelolaan pemesanan dan pencatatan stok barang secara efisien dan *real-time*.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi telah membawa dampak yang signifikan bagi berbagai sektor usaha, termasuk UMKM. Transformasi digital membuka peluang baru bagi UMKM untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi dalam operasional dan pemasaran. Toko Mpok Devi memiliki potensi besar untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan daya saing melalui inovasi digital. Namun, tanpa strategi branding dan promosi yang efektif, bisnis ini mengalami kesulitan menarik konsumen baru. Oleh karena itu, penelitian ini memusatkan perhatian pada pengembangan strategi digitalisasi melalui pemanfaatan media sosial dan website untuk memperluas promosi dan meningkatkan daya saing. Adanya platform digital yang lebih luas dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperkuat citra merek. Adanya inovasi digitalisasi, Toko Mpok Devi dapat meningkatkan efektifitas dalam bersaing ditengah kondisi pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan implementasi strategi branding digital diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam menggunakan teknologi digital untuk memperluas bisnis.

TINJAUAN LITERATUR

Inovasi

Secara umum, inovasi didefinisikan sebagai proses menciptakan dan menerapkan ide, produk, atau layanan baru yang mampu memberikan nilai tambah secara ekonomi. Menurut (Aidhi et al., 2023) konsep inovasi memiliki cakupan yang luas, tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga mencakup dampak sosial, budaya, ekonomi, hingga politik. Inovasi memegang peran penting

dalam mendorong peningkatan daya saing ekonomi suatu negara.

Digitalisasi

"Digitalisasi merupakan proses konversi media atau informasi yang semula berbentuk cetak, tulisan tangan, maupun gambar menjadi format digital". Dengan kata lain, digitalisasi mencakup transformasi media cetak, audio, dan video ke dalam bentuk digital yang lebih mudah diakses, disimpan, dan dikelola.Dalam konteks bisnis, digitalisasi tidak hanya sekadar mengadopsi perangkat keras atau lunak baru, tetapi juga mencerminkan integrasi teknologi secara menyeluruh yang mengubah cara perusahaan beroperasi. (Farah et al., 2024)

Promosi

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada konsumen atau target pasar dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk maupun profil perusahaan. Melalui kegiatan promosi, perusahaan berupaya membangun minat, menarik perhatian, serta mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. (Martoyo et al., 2022)

Media Sosial

Media sosial merupakan sarana yang memungkinkan individu untuk menyampaikan dan membagikan informasi secara cepat, efektif, serta langsung (*real-time*).Melalui media sosial, pengguna tidak hanya dapat menyampaikan pesan dengan luas, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku banyak orang dalam waktu yang relatif singkat. (Hamzah et al., 2022)

Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang banyak digunakan sebagai media promosi, baik untuk produk maupun jasa.Pengguna *Instagram* umumnya mengambil dan membagikan foto atau video singkat, menggunakan berbagai filter, serta membagikan unggahan melalui akun pribadi maupun ke platform media sosial lainnya. (Lailia, 2023)

Facebook

Facebook adalah salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna yang sangat besar di seluruh dunia. Berkat jangkauannya yang luas, platform ini menjadi media yang efektif bagi perusahaan untuk meraih pasar yang lebih besar dan beragam.Selain itu, pemasaran melalui *Facebook* juga menawarkan berbagai manfaat lainnya, seperti peningkatan visibilitas merek, interaksi langsung dengan konsumen, dan kemudahan dalam menyampaikan informasi produk atau layanan. (Ayu Oktaviani et al., 2023)

WhatsApp Business

WhatsApp Business merupakan aplikasi perpesanan yang dirancang khusus bagi para pelaku usaha. Diluncurkan pada tahun 2018, aplikasi ini mendapat sambutan positif dari masyarakat Indonesia yang telah terbiasa menggunakan WhatsApp dalam aktivitas sehari-hari. (Trisna, 2017). Aplikasi ini mempermudah interaksi antara penjual dan calon pembeli, memungkinkan mereka untuk bertanya terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi. Hal ini tentu memberikan pengalaman komunikasi yang lebih cepat dan pesonal. (Margareta & Rochmaniah, 2024).

Google site

Google Site adalah aplikasi berbasis web yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran sekaligus sebagai sarana pembuatan situs web yang mudah digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk dalam mendukung proses pendidikan.(Lutfiah, 2023), *Google Site* juga dapat digunakan sebagai situs web yang mendukung kebutuhan kelompok maupun individu, baik untuk keperluan kolaboratif maupun personal.

Google formulir

Google Formulir merupakan salah satu layanan berbasis template yang dirancang untuk memudahkan pengumpulan informasi, baik dari pihak internal maupun eksternal suatu organisasi atau perusahaan. Aplikasi ini terintegrasi langsung dengan *Google Drive,* sehingga semua data yang dikumpulkan akan otomatis tersimpan secara aman di dalamnya. (Cikayanti et al., 2024).

Google spreadsheet

Google Spreadsheet adalah bagian dari *Google Workspace* dimana terdiri dari *Google Docs*. Dokumen, *Spreadsheet*, Slide, Formulir. Google Sheets adalah perangkat lunak berbasis web yang dikembangkan oleh Google, berfungsi sebagai alat untuk membuat tabel, melakukan perhitungan sederhana, dan mengolah data secara praktis.(Zhilla et al., 2024).

Unified modeling language (UML)

UML adalah bahasa visual yang digunakan untuk memodelkan dan mengkomunikasikan rancangan dalam pengembangan sistem melalui skema dan diagram yang terstruktur. *UML* dirancang sebagai bahasa pemodelan yang bersifat independen, sehingga tidak terikat pada bahasa pemrograman maupun metode rekayasa perangkat lunak tertentu.(Elis & Voutama, 2023).

Website

Website adalah sekumpulan halaman informasi yang dapat diakses melalui jaringan internet, sehingga memungkinkan pengguna mengunjunginya dari mana saja selama terhubung dengan koneksi internet.*Website* sering dimanfaatkan sebagai media penyedia informasi, layanan, maupun komunikasi interaktif antara pengguna dan pemilik layanan. Sementara itu, pengembangan sistem informasi atau *system development* merupakan suatu proses yang mencakup berbagai aktivitas untuk merancang, membangun, dan menerapkan sistem informasi berbasis komputer.(Rahmi et al., 2023)

FIFO

Menurut (Hamidy, 2024) Metode *First In First Out* (*FIFO)* adalah pendekatan dalam manajemen persediaan yang memastikan barang yang pertama kali masuk ke gudang atau sistem penyimpanan akan menjadi barang pertama yang dikeluarkan atau digunakan.Sedangkan menurut (Saputra, 2023) metode *FIFO* adalah metode manajemen persediaan barang dengan konsep menggunakan barang yang diterima lebih awal. Metode *FIFO (First In, First Out)* merupakan salah satu metode yang paling umum digunakan dalam manajemen persediaan di berbagai perusahaan.

Iventory

Menurut (H. Handayani et al., 2023) Inventori merupakan aset yang dimiliki perusahaan dan dimanfaatkan untuk mendukung kelancaran operasional bisnis,baik dalam bentuk barang yang akan dijual maupun yang digunakan dalam proses produksi. Sedangkan menurut (Alhadi et al., 2023) Persediaan, atau *inventory*, merupakan sekumpulan barang yang disimpan sebagai cadangan (*safety stock* atau *buffer stock*) untuk mengantisipasi kebutuhan selama berlangsungnya proses operasional atau kegiatan produksi. Persediaan berperan penting dalam menjaga kelancaran aktivitas perusahaan, khususnya ketika terjadi lonjakan permintaan atau gangguan dalam rantai pasok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis kebutuhan meliputi identifikasi fitur *website,* integrasi media sosial, dan penggunaan aplikasi pendukung seperti *WhatsApp Business*, *Google Form,* dan *Google Spreadsheet*. Perancangan *website* dilakukan menggunakan *Google Site,* dilanjutkan dengan pengujian fungsionalitas dan implementasi.

HASIL PENELITIAN

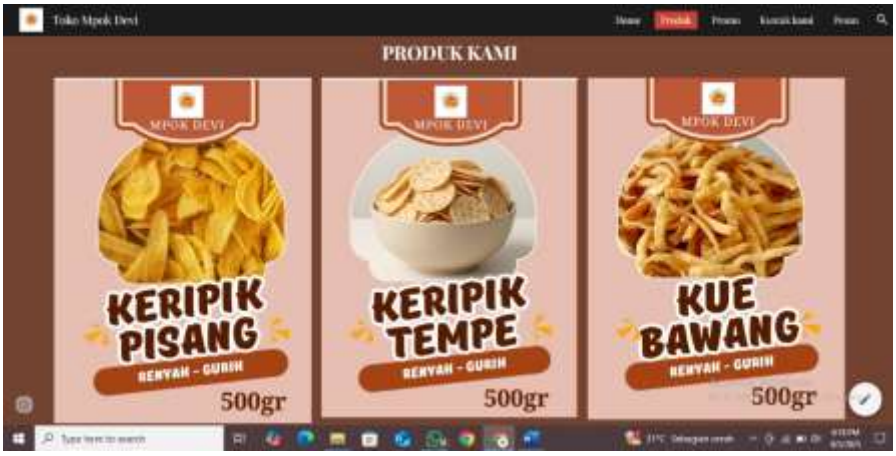
Implementasi situs web dilakukan menggunakan *Google Site* sebagai platfrom utama. *Google site* dipilih karena kemudahannya dalam pembuatan dan pengelolaan situs web secara gratis, cepat, serta *responsif* di berbagai perangkat. Situs web toko Mpok Devi dibangun untuk menampilkan informasi lengkap mengenai toko, produk yang dijual, lokasi toko, dan pemesanan produk dengan menghubungkan akun media sosial seperti *instagram* dan *facebook* serta *whatsapp business, Google Form* untuk meningkatkan menjangkau promosi. Adapun beberapa tampilan penting dari *Google Site* yang dibangun dan dijalankan dari situs web ini sebagai berikut:



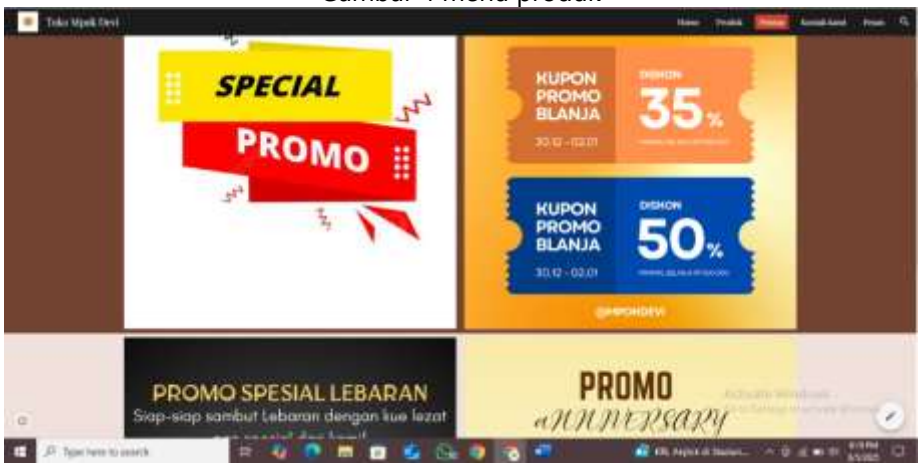
Gambar 2 menu tampilan awal



Gambar 3 menu *home*



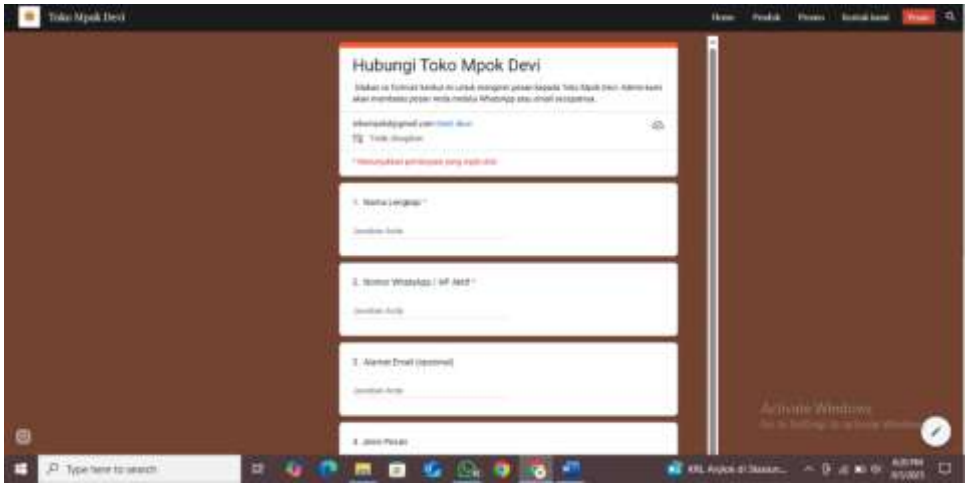
Gambar 4 menu produk



Gambar 5 menu promo



Gambar 6 menu kontak kami



Gambar 7 menu pesan

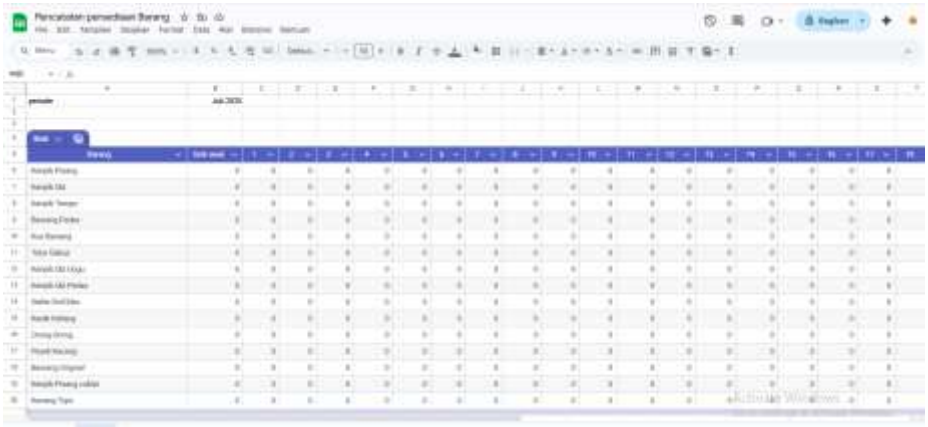
Instagram digunakan sebagai salah satu media sosial utama untuk mendukung promosi digital toko Mpok Devi, platform ini dipilih karena bersifat *visual-oriented*, sehingga sangat cocok untuk menampilkan produk-produk snack dan cemilan ringan yang menarik secara visual. *facebook* juga dimanfaatkan sebagai media sosial pendukung dalam strategi promosi digital toko Mpok Devi. *Facebook* dipilih karena memiliki jangkauan pengguna yang lu**a**s, terutama dari kalangan dewasa hingga orang tua juga merupakan target pasar potensial untuk produk oleh-oleh snack dan cemilan ringan.

PEMBAHASAN

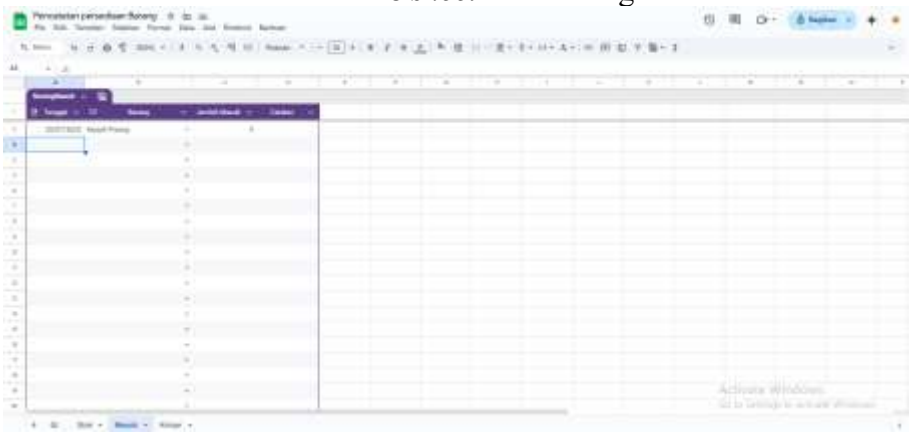
Penggunaan aplikasi *whatsApp Business* sebagai salah satu alat komunikasi dan media layanan pelanggan yanag efektif dalam mendukung strategi pemasaran digital. Pada profil bisnis yang telah dibuat oleh toko mpok devi terdapat nama yang ditampilkan adalah Mpok Devi, sesuai dengan merek toko lalu terdapat pula alamat bisnis yang tercantum lengkap bahwa toko ini benar-benar ada dan dikunjungi secara langsung serta terdapat bagian tautan media sosial *instagram* dan tautan ke situs web *Google Site* mpok devi. Formulir digital ini dirancang untuk memfasilitasi komunikasi langsung antara pelanggan dan admin toko Mpok Devi secara efektif melalui situs web. Penggunaan *google form* pada halaman pesan langsung adalah salah satu bagian dari strategi digitalisasi layanan pelanggan yang mendukung sistem promosi dan penjualan *online*, tujuan penggunaan *google form* sebagai media pesan digital yang dapat diisi oleh pengunjung website untuk menyampaikan pertanyaan seputar produk, pemesanan, saran dan masukan serta permintaan untuk dihubungi kembali.

E-ISSN: 1234-5678

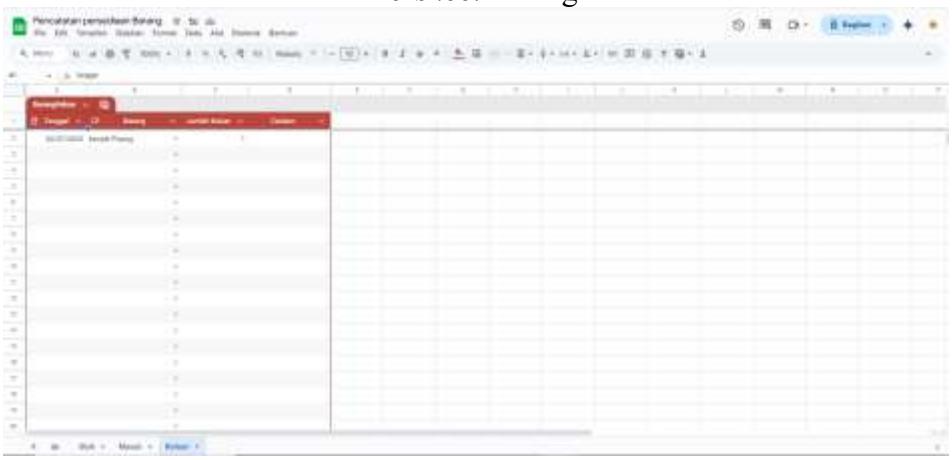
Pemanfaatan aplikasi *google spreadsheet* sebagai alat pencatatan stok merupakan bagian dari inovasi digitalisasi pada toko Mpok Devi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam mengelola persediaan barang. Pada format dan struktur spreadsheet telah disusun dengan format kolom A (stok) penomoran, kolom B (barang) nama barang dagangan yang dijual toko mpok devi, kolom C (stok awal) jumlah stok pada awal bulan, kolom D-AG tanggal harian dari tanggal 1 hingga 31 menyajikan data perubahan persediaan barang pada setiap hari secara sistematis baik barang masuk atau keluar dan kolom AH (stok akhir) jumlah stok pada akhir bulan.



Gambar 8 *sheet* stok barang



Gambar 9 *sheet* barang masuk



Gambar 10 *sheet* barang keluar

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yanag telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengembangan inovasi digitalisasi melalui pemanfaatan *google site* dan media sosial berkontribusi secara signifikan dalam memperluas jangkauan promosi pada toko mpok devi.
2. Pemanfaatan platform media sosial seperti *instagram* dan *facebook* berperan penting dalam membangun interkasi dengan konsumen dan meningkatkan eksistensi toko secara *online*.
3. Integrasi aplikasi pendukung seperti *whatsapp business, google form,* dan *google spreadsheet* meningkatkan efisiensi operasional toko.

REFERENCES

Aidhi, A. Al., Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). *Peningkatan daya saing ekonomi melalui peranan inovasi***.** Jurnal Multidisiplin West Science, 2(02), 118–134. https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229

Alhadi, A., Riani, D., & Afrianto, Y. (2023). *Sistem informasi persediaan barang sederhana PT. Wiseman Mulia Sejahtera dengan aplikasi barang dan persediaan berbasis Android*. SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya**,** 1(1), 31. https://doi.org/10.32832/jpmuj.v1i1.1671

Ayu, O., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). *Peranan media sosial Facebook dalam meningkatkan komunikasi pemasaran di era digital*. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi**,** 2(2), 143–150. https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592

Cikayanti, Y., Watanikar, N. H., Sudrajat, A., & Supratikta, H. (2024). *Pemanfaatan Google Formulir dan Google Spreadsheet pada optimalisasi pengelolaan pendaftaran peserta pelatihan di perusahaan pelatihan yang berada di Depok*. Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO), 1(3), 1216–1222. https://doi.org/10.62567/micjo.v1i3.144

El-Falah, J. D. A. R., Ilmu, J., Sosial, I., Humaniora, D. A. N., & Promosi, T. D. A. N. B. (2022). *Fungsi, tujuan, dan bentuk-bentuk promosi*. 1(2), 1–8.

Elis, E., & Voutama, A. (2023). *Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) dalam perencanaan sistem penyewaan baju adat berbasis website*. Informatika**,** 14(2), 26. https://doi.org/10.36723/juri.v14i2.445

Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Ikaningtyas, M., & Anyar, G. (2024). *Implementasi strategi pemasaran digital dalam pengembangan bisnis di era digitalisasi*. Jurnal Media Akademik (JMA)**,** 2(4).

Hamzah, R. E., Sungkono, N., & Santoso, P. Y. (2022). *Pengelolaan konten media sosial sebagai sarana pemasaran usaha kecil warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor*. Jurnal Pustaka Dianmas, 2(2), 64–70. https://doi.org/10.32509/dianmas.v2i2.2497

Handayani, H., Faizah, K. U., Ayulya, A. M., Rozan, M. F., Wulan, D., & Hamzah, M. L. (2023). *Perancangan sistem informasi inventory barang berbasis web menggunakan metode Agile Software Development***.** Jurnal Testing dan Implementasi Sistem Informasi**,** 1(1), 29–40. https://journal.al-matani.com/index.php/jtisi/article/view/324

Hamidy, F. (2024). *Optimalisasi sistem manajemen persediaan untuk pengendalian stok yang efisien menggunakan metode FIFO*, 171–180.

Lailia, V. R. (2023). *Penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada Arunazma*. Journal of Management and Social Sciences (JMSC)**,** 1(2), 1–10. https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161

Lutfiah, D. (2023). *Penggunaan aplikasi Google Sites sebagai media pembelajaran inovatif untuk meningkatkan pemahaman pembelajaran IPAS kelas 4 SDN Ngaglik 01 Batu*. Jurnal Pendidikan Taman Widya Humaniora (JPTWH)**,** 2(1), 93–118. https://jurnal.widyahumaniora.org/

Martoyo, A., Wiliani, N., & Basri, H. (2022). *Strategi promosi Desa Wisata Tanjungjaya KEK Tanjung Lesung melalui platform digital*. Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 2(2), 971–987. https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.136

Margareta, S., & Rochmaniah, A. (2024). *Pendampingan penggunaan fitur WhatsApp Business sebagai pendukung promosi penjualan UMKM di Kabupaten Sidoarjo*. SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan**,** 8(1), 253–261. http://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/21825

Rahmi, E. R., Yumami, E., & Hidayasari, N. (2023). *Analisis metode pengembangan sistem informasi berbasis website: Systematic literature review*. Remik**,** 7(1), 821–834. https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12177

Saputra, S. (2023). *Implementasi persediaan barang dengan metode FIFO*. Scientia Sacra: Jurnal Sains**,** 3(4), 23–28. http://pijarpemikiran.com/index.php/Scientia

Zhilla, M. A., Zebua, P., Hadi, M. K., & Hendayana, A. T. (2024). *Pelatihan pengelolaan sumber daya manusia dengan perencanaan produksi digital melalui Google Spreadsheet guna meningkatkan produktivitas pada UMKM di BPR Dana Mandiri Bogor*. Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)**,** 1(2), 844–855. https://doi.org/10.62567/micjo.v1i2.87