

## PEMBUATAN APLIKASI KASIR CAFE WANTU COFFEE CIREBON

**Ridho Taufiq Subagio<sup>1)</sup>, A. Sobi Mutohari<sup>2)</sup>, Dede Irsandi<sup>3)</sup>, Dimas Fahreza<sup>4)</sup>,  
Muhammad Fadhiil Ali<sup>5)</sup>, Rifki Gianto<sup>6)</sup>**

<sup>1,3,4,5,6)</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia

<sup>2)</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia  
Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat, Indonesia

E-mail : ridho.taufiq@cic.ac.id, sobi.mutohari@cic.ac.id, dede.irsandi.ti.21@cic.ac.id,  
dimas.fahreza.ti.21@cic.ac.id, fadhiil.ali.ti.21@cic.ac.id, rifki.gianto.ti.21@cic.ac.id

### ABSTRAK

Wantu Coffee adalah sebuah usaha kafe yang mengkhususkan diri dalam penyajian berbagai jenis kopi, termasuk espresso, latte, dan cappuccino. Dengan menawarkan 31 varian kopi seperti kopi susu gula aren, americano, cappuccino, tubruk, rosella, dan vanilla latte, Wantu Coffee menarik minat pelanggan dengan ragam pilihan yang luas. Mengingat volume transaksi yang tinggi dan variasi produk yang ditawarkan, diperlukan sistem aplikasi kasir digital untuk mengelola dan merekap penghasilan secara efisien. Sistem ini dirancang untuk memudahkan kasir dalam mencatat transaksi harian dan bulanan, serta menyajikan laporan keuangan secara cepat dan akurat. Aplikasi kasir digital ini akan memungkinkan pemantauan langsung terhadap jumlah kopi yang terjual, perhitungan keuntungan, dan identifikasi kerugian, sehingga meningkatkan transparansi dan akurasi dalam pengelolaan keuangan Wantu Coffee.

**Kata kunci:** Wantu Coffee, Sistem aplikasi kasir, Pengelolaan keuangan

### ABSTRACT

Wantu Coffee is a café specializing in serving a diverse range of coffee types, including espresso, latte, and cappuccino. With 31 varieties of coffee available, such as brown sugar milk coffee, americano, cappuccino, tubruk, rosella, and vanilla latte, Wantu Coffee attracts customers with its extensive selection. Given the high volume of transactions and the variety of products offered, a digital cashier application is needed to efficiently manage and summarize revenue. This system is designed to assist cashiers in recording daily and monthly transactions, and to provide rapid and accurate financial reports. The digital cashier application will enable real-time monitoring of coffee sales, profit calculations, and loss identification, thereby enhancing transparency and accuracy in Wantu Coffee's financial management.

**Keywords:** Wantu Coffee, Cashier application system, Financial management

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Wantu Coffee adalah tempat usaha yang utamanya menyajikan kopi (dari berbagai jenis, misalnya espresso, latte, cappuccino). Setidaknya ada 31 jenis kopi yang di jual di Wantu Coffee, seperti kopi susu gula aren, americano, cappuccino, tubruk, rosella, vanilla late, DLL. Mengingat banyaknya jenis kopi yang dijual oleh bagian kasir,

berkaitan dengan banyaknya pembelian coffee, maka perlu kiranya dibuat system aplikasi kasir untuk memudahkan kasir dalam merekap penghasilan baik harian maupun bulanan “digital” sehingga kondisi keuangan terbaru (terakhir) mulai dari jumlah kopi yang dijual, keuntungan, maupun kerugian bisa diketahui secara cepat dan akurat

### **B. Rumusan Masalah**

Wantu Coffee adalah tempat usaha yang utamanya menyajikan kopi (dari berbagai jenis, misalnya espresso, latte, cappuccino). Setidaknya ada 31 jenis kopi yang di jual di Wantu Coffee, seperti kopi susu gula aren, americano, cappuccino, tubruk, rosella, vanilla late, DLL. Mengingat banyaknya jenis kopi yang dijual oleh bagian kasir, berkaitan dengan banyaknya pembelian coffee, maka perlu kiranya dibuat system aplikasi kasir untuk memudahkan kasir dalam merekap penghasilan baik harian maupun bulanan “digital” sehingga kondisi keuangan terbaru (terakhir) mulai dari jumlah kopi yang dijual, keuntungan, maupun kerugian bisa diketahui secara cepat dan akurat

### **C. Tujuan Kegiatan**

Pembuatan perangkat lunak “Aplikasi Kasir” ini dimaksudkan :

1. Menghasilkan perangkat lunak untuk aplikasi Sistem pembayaran (kasir) yang memiliki fitur-fitur standar seperti menginput, menghapu, menampilkan penghasilan dan pembuatan laporan dan sebagainya.
2. Memudahkan pekerjaan kasir, karena bisa mendapatkan informasi penjualan secara akurat.
3. Memudahkan pekerjaan up-date penghasilan bulanan, karena ada penambahan pemasukan baru dan pengurangan penghasilan akibat rusak maupun hilang

### **D. Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari aplikasi ini adalah :

1. Untuk memperkenalkan merk langsung ke konsumen, sehingga produk dapat dikenal luas oleh masyarakat.
2. Untuk menerapkan teknologi Smart E-Commerce dalam pemasaran produk tidak hanya pada wilayah kota Cirebon namun juga dapat dipasarkan ke banyak wilayah-wilayah Indonesia serta menargetkan konsumen sasaran.
3. Untuk meningkatkan kualitas produk agar lebih menarik minat beli konsumen dan dapat bersaing dengan produk kompetitor lain.

## **METODE**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian, salah satunya adalah metode pengumpulan data, yang meliputi:

1. Metode Wawancara, Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pihak Desa Pasindangan dan masyarakat untuk memperoleh data yang diperlukan.
2. Metode Observasi, Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung.
3. Metode Study Pustaka, Merupakan metode pengumpulan data dengan mencari referensi dari berbagai sumber seperti buku, dokumen, dan artikel di internet yang relevan dengan penelitian ini.

### **A. Rancangan Teknologi**

Rancangan teknologi yang akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mitra dapat dilihat pada bagan di Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Rancangan Teknologi yang akan diterapkan

Tahapan pertama dalam pengembangan teknologi dimulai dengan analisis kebutuhan mitra. Saat ini, Tahu Bakso Sambal Kecap Jani memerlukan penerapan teknologi untuk mendesain logo produk yang menarik, guna memperkenalkan merek dan memasarkan produk secara luas melalui E-Commerce. Desain logo produk akan dibuat menggunakan teknik Digital Painting, kemudian dicetak dengan teknologi Digital Printing untuk menarik minat konsumen. Dalam hal pemasaran, sistem Smart E-Commerce berbasis web akan diterapkan. Sistem ini akan dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL, serta dirancang dengan menggunakan BOOTSTRAP. Sistem Smart E-Commerce akan menawarkan berbagai fitur, termasuk informasi produk, promosi, pembelian online, dan lainnya. Selain itu, sistem ini akan membantu mitra dalam menganalisis daya beli masyarakat, memprediksi kebutuhan konsumen di masa depan, dan mempromosikan produk secara real-time.

## B. Rancangan Implementasi

Setelah dilakukan perancangan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mitra, selanjutnya dilakukan implementasi terhadap rancangan teknologi yang telah dibuat. Tujuan dilakukan implementasi ini adalah agar hasil rancangan teknologi dapat diterapkan untuk pengemasan dan pemasaran produk yang dimiliki oleh Wantu Coffee

Selanjutnya implementasi rancangan Smart E-Commerce yang telah dibangun dilakukan dengan cara mempublish sistem ke Server Hosting yang ada di Internet. Server Hosting yang digunakan adalah idcloudhost, dimana server ini banyak digunakan oleh para pengembang usaha online untuk menghosting sistem E-Commerce usahanya. Sehingga setelah dilakukan hosting sistem, maka sistem Smart E-Commerce ini dapat diakses dimanapun dan kapanpun oleh konsumen maupun Wantu Coffee dimanapun dan kapanpun, asalkan memiliki fasilitas internet dan gadget untuk mengakses sistem E-Commerce ini.

Setelah dilakukan implementasi rancangan kemasan dan E-Commerce, selanjutnya melakukan edukasi kepada mitra terhadap penggunaan dari teknologi.

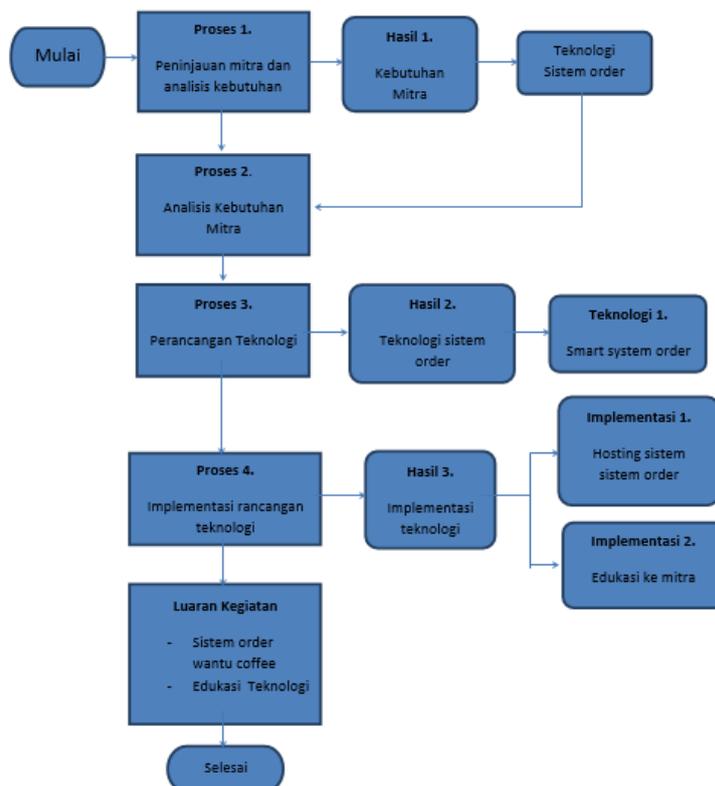
Dari edukasi ini, maka mitra dapat menggunakan kemasan yang telah dirancang untuk produknya dan memasarkan produk secara luas dengan menggunakan E-Commerce yang telah diimplementasikan. Penedukasian kepada mitra dilakukan secara langsung/ditempat.

### C. Rancangan Lanjutan

Setelah dilakukan pengimplementasian baik dalam bentuk penerapan teknologi pemesanan, maka dilakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan atau rancangan selanjutnya yang dapat dikembangkan untuk kebutuhan mitra. Adapun rancangan lanjutan yang dapat dilakukan adalah pemasaran dapat dikembangkan melalui jejaring sosial media dengan menerapkan metode Digital Content Marketing, sehingga promosi produk lebih terarah dan sampai dengan baik ke konsumen.

### D. Diagram Alur Kegiatan

Berdasarkan metode pelaksanaan yang telah dirancang, maka dapat dilihat diagram alur kegiatan pada Gambar 2 berikut :



Gambar 2. Diagram Alur Kegiatan

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Produk Kopi

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua spesies pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). [1]. Bentuk produk dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Foto Produk

Pemrosesan kopi sebelum dapat diminum melalui proses panjang, yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang, baik dengan cara mesin maupun dengan tangan, kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya, yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah penyangraian, biji kopi digiling atau dihaluskan menjadi bubuk kopi sebelum kopi dapat diminum

### B. Smart E-Commerce

Perdagangan Elektronik (E-Commerce) adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. E-commerce merupakan bagian dari bisnis elektronik, yang memiliki cakupan lebih luas dan mencakup tidak hanya transaksi bisnis tetapi juga kerjasama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, tempat kerja, dan lainnya. E-commerce dapat mendukung pertumbuhan ekonomi domestik, meskipun belanja online juga telah menjadi cara yang lebih efektif dan efisien untuk terhubung dengan ekonomi global.

### C. Pemasaran Berbasis Digital

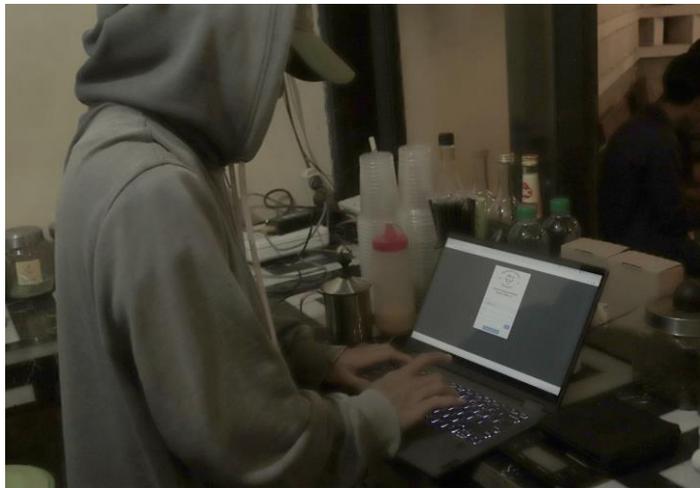
Pemasaran adalah fungsi yang secara langsung mempengaruhi penjualan dan pencapaian hasil, karena mencakup aspek internal dan eksternal perusahaan. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui kreativitas, menawarkan nilai produk, dan membagikannya dengan orang lain. Saat ini, penerapan strategi pemasaran, seperti strategi pemasaran digital, menjadi penting. Digital marketing adalah proses pemasaran produk secara online melalui internet.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Implementasi

#### 1. Tampilan halaman home pada Web





## SIMPULAN

Wantu Coffee adalah sebuah kafe yang menawarkan beragam pilihan kopi, dengan total 31 varian, termasuk espresso, latte, cappuccino, dan kopi spesial seperti kopi susu gula aren dan vanilla latte. Untuk mengelola transaksi dan laporan keuangan secara efisien, terutama mengingat tingginya volume penjualan dan variasi produk yang ditawarkan, diperlukan sistem aplikasi kasir digital. Sistem ini dirancang untuk menyederhanakan pencatatan transaksi harian dan bulanan serta menyediakan laporan keuangan yang cepat dan akurat. Dengan aplikasi kasir digital, Wantu Coffee dapat memantau jumlah kopi yang terjual, menghitung keuntungan, dan mengidentifikasi kerugian secara real-time. Penerapan teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan transparansi, akurasi, dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik untuk pengembangan usaha.

## REFERENSI

- Farhan, A., & Sari, D. (2019). Implementasi digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(4), 345-360. <https://doi.org/10.2345/jeb.2019.0404>
- Mulyadi, H., & Dewi, I. (2021). Peran teknologi informasi dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(3), 201-215. <https://doi.org/10.9101/jmb.2021.0303>
- Nugroho, B. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran produk UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Riset*, 8(2), 98-110. <https://doi.org/10.6789/jpr.2022.0202>
- Rachmawati, I., Rifqi Alidzanur, M. ., Farel Rifqy Fairuz, F. R. F., Kusnadi, K., Awalaturrohmah Solihah, Y., & Sodik, J. . (2024). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK UMKM KECUALI COFFEE. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 2(3). Retrieved from <https://jpucic.id/index.php/jpucic/article/view/87>
- Santoso, R., & Prabowo, A. (2022). Strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 10(1), 45-58. <https://doi.org/10.1234/jpi.2022.0101>
- Wijaya, E. (2020). Analisis efektivitas sistem e-commerce untuk usaha kecil. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 123-134. <https://doi.org/10.5678/jti.2020.0201>