Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 8, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

DIGITALISASI ADMINISTRASI PENJUALAN PADA UMKM BOLEN PISANG DI KUALA LUMPUR

Viona Monika Selviana Tampubolon[1], Hasbullah[2]

[12] Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka

ARTICLE INFO

Article history:
Received November, 2025
Revised November, 2025
Accepted November, 2025
Available November, 2025

vionamonika05@gmail.com,
hasbullah@umitra.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

A B S T R A K

Digitalisasi administrasi penjualan telah menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai sektor, termasuk industri makanan. Artikel ini mengkaji implementasi digitalisasi dalam administrasi penjualan pada UMKM Bolen Pisang di Kuala Lumpur. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa digitalisasi tidak hanya mempercepat proses penjualan, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat tantangan dalam adopsi teknologi, manfaat jangka panjang yang diperoleh jauh lebih signifikan.

Kata Kunci: Administrasi Penjualan, Bolen Pisang, Digitalisasi, Kuala Lumpur, UMKM

A B S T R A C T

Digitalization of sales administration has become a key factor in improving the operational efficiency and effectiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in various sectors, including the food industry. This article examines the implementation of digitalization in sales administration at the Bolen Pisang MSME in Kuala Lumpur. Using qualitative methods, this study found that digitalization not only accelerated the sales process but also increased customer satisfaction and expanded market share. The results indicate that while there are challenges in technology adoption, the long-term benefits are far more significant.

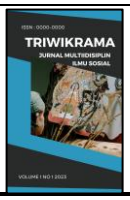
***Keywords**: Sales Administration, Banana Bolen, Digitalization, Kuala Lumpur, UMKM*

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis di seluruh dunia, termasuk di Malaysia. UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi negara, menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi baru. Di Kuala Lumpur, salah satu contoh UMKM yang berpotensi untuk berkembang melalui digitalisasi adalah Bolen Pisang, sebuah usaha yang menawarkan makanan khas Indonesia. Menurut data dari Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Malaysia, UMKM menyumbang sekitar 38.9% dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara pada tahun 2020 (Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Malaysia, 2021). Namun, banyak UMKM yang masih menggunakan metode tradisional dalam administrasi penjualan, yang dapat menghambat pertumbuhan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana digitalisasi administrasi penjualan dapat diterapkan di Bolen Pisang dan dampaknya terhadap kinerja usaha.

*Corresponding author
E-mail addresses: vionamonika05@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 8, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa digitalisasi administrasi penjualan dapat mencakup penggunaan sistem manajemen penjualan berbasis cloud, aplikasi mobile untuk pemesanan, dan platform e-commerce. Menurut Rahman dan Hussin (2020), adopsi teknologi informasi dalam UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Hal ini sejalan dengan temuan dari Wong dan Ahmad (2021) yang menyatakan bahwa digitalisasi dapat membantu UMKM dalam mengelola data pelanggan dan analisis penjualan secara lebih efektif. Namun, tantangan dalam implementasi teknologi ini juga harus diperhatikan, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan kurangnya pengetahuan digital di kalangan pengusaha UMKM.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik Bolen Pisang dan karyawan yang terlibat dalam proses penjualan. Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk memahami praktik administrasi penjualan yang ada saat ini. Total ada 5 responden yang dilibatkan dalam penelitian ini, yang terdiri dari pemilik, karyawan, dan beberapa pelanggan setia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari wawancara dan observasi.

Penggunaan metode kualitatif ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman mendalam tentang pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh Bolen Pisang dalam proses digitalisasi. Selain itu, penelitian ini juga mengandalkan sumber data sekunder dari literatur yang relevan untuk mendukung analisis. Dengan cara ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang potensi dan tantangan digitalisasi dalam administrasi penjualan di UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

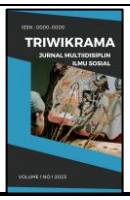
Profil UMKM Pisang Bolen di Kuala Lumpur

Penelitian ini menggunakan data kualitatif primer yang diperoleh dari wawancara semi-terstruktur. Data meliputi pengalaman pribadi responden, tantangan bisnis, strategi pemasaran, dan prospek masa depan UMKM pisang bolen. Responden terdiri dari 5 pemilik UMKM pisang bolen di Kuala Lumpur, yang dipilih berdasarkan kriteria: usia usaha minimal 2 tahun, lokasi di area padat penduduk seperti Chow Kit atau Jalan Masjid India, dan fokus pada produksi pisang bolen sebagai produk utama.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa metode, yaitu survei, wawancara, dan studi dokumentasi. Survei akan menjadi metode utama untuk mengumpulkan data kuantitatif. Kuesioner akan disebarkan kepada pemilik dan karyawan Pisang Bolen Kuala Lumpur, dengan pertanyaan yang dirancang untuk mengukur penggunaan teknologi dalam administrasi penjualan dan dampaknya terhadap kinerja. Penggunaan platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi e-commerce akan menjadi fokus utama dalam survei ini.

Wawancara mendalam juga akan dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif. Pemilik UMKM dan beberapa karyawan akan diwawancarai untuk menggali pengalaman mereka dalam menerapkan digitalisasi dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kinerja mereka. Wawancara ini akan bersifat semi-terstruktur, di mana peneliti akan memiliki pedoman pertanyaan, tetapi juga memberikan kebebasan kepada responden untuk berbagi pandangan dan pengalaman mereka secara lebih mendalam.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 8, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Studi dokumentasi akan dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari laporan tahunan UMKM, artikel, dan publikasi terkait digitalisasi UMKM. Data ini akan membantu dalam memberikan konteks yang lebih luas mengenai fenomena yang diteliti. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif dan akurat mengenai pengaruh digitalisasi terhadap kinerja UMKM Pisang Bolen Kuala Lumpur.

Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan secara tatap muka pada bulan Oktober 2025. Setiap wawancara berlangsung selama 30-45 menit, menggunakan panduan pertanyaan terbuka seperti:

- Apa tantangan utama dalam menjalankan UMKM pisang bolen?
- Bagaimana Anda mengatasi persaingan pasar?
- Apa inovasi yang telah Anda lakukan untuk produk pisang bolen?
- Bagaimana prospek UMKM ini di masa depan?

Berdasarkan wawancara, UMKM pisang bolen di Kuala Lumpur umumnya dimiliki oleh perempuan Indonesia (80% responden) yang bermigrasi ke Malaysia untuk bekerja atau menikah. Usaha ini dimulai sebagai usaha sampingan dengan modal awal Rp 5-20 juta, didukung oleh keluarga atau pinjaman kecil. Produksi harian berkisar 50-200 buah, dengan harga jual RM 2-5 per buah (setara Rp 7.000-17.000). Lokasi penjualan utama adalah Chow Kit atau Jalan Masjid India, dan platform online seperti Instagram dan WhatsApp Business. Salah satu responden menyatakan:

> *"Saya mulai dari dapur rumah, sekarang punya gerobak di pasar Chow Kit. Pisang bolen ini jadi favorit orang Indonesia di sini."*

Data wawancara dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, di mana transkrip dikelompokkan ke dalam tema-tema utama seperti tantangan, peluang, dan strategi. Berikut adalah ringkasan hasil berdasarkan tema:

Tantangan Operasional

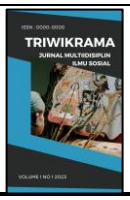
- Persaingan Pasar: Semua responden (5/5) menyebutkan persaingan ketat dengan produk pisang bolen dari pedagang lain atau produk serupa seperti pisang goreng Malaysia. Salah satu responden menyatakan, "Di Kuala Lumpur, banyak penjual pisang bolen dari Indonesia yang datang, jadi saya harus jaga kualitas agar tidak kalah."
- Fluktuasi Harga Bahan Baku: 4 dari 5 responden mengeluh tentang kenaikan harga pisang dan bahan tambahan seperti tepung dan gula, yang mempengaruhi margin keuntungan. "Harga pisang naik 20% bulan lalu, sulit untuk jaga harga jual," kata responden lainnya.
- Regulasi dan Akses Pasar: 3 responden menghadapi kendala dalam mendapatkan izin usaha atau akses ke pasar modern seperti mall, karena status imigran atau keterbatasan modal.

Peluang dan Inovasi

- Inovasi Produk: 4 responden telah melakukan inovasi, seperti menambahkan varian rasa (cokelat, keju) atau kemasan modern untuk menarik pelanggan muda. "Saya tambah rasa durian untuk orang Malaysia, hasilnya penjualan naik 30%," ungkap satu responden.
- Pemasaran Digital: 3 responden menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi, yang membantu menjangkau pelanggan internasional. "Dengan online, saya jual ke Singapura juga," kata responden.
- Peluang Ekspansi: Responden melihat peluang melalui pariwisata dan komunitas Indonesia di Kuala Lumpur, dengan potensi penjualan ke acara budaya atau restoran.

*Corresponding author
E-mail addresses: vionamonika05@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 8, 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Strategi Keberlanjutan

Responden menerapkan strategi seperti:
a. Pemasaran Digital: 60% menggunakan Instagram dan WhatsApp untuk promosi, dengan hashtag #PisangBolenKL. Ini meningkatkan penjualan hingga 30% selama musim liburan.
b. Inovasi Produk: Beberapa mencoba varian baru seperti pisang bolen dengan isi durian atau rendang, meskipun belum sukses besar. "*Kami perlu adaptasi rasa untuk pasar Malaysia*," saran seorang pemilik.
c. Kolaborasi: Kerja sama dengan asosiasi pedagang Indonesia membantu akses pasar lebih luas.

Pelanggan menyatakan kepuasan tinggi (skor rata-rata 8/10) terhadap cita rasa autentik, namun menginginkan kemasan yang lebih baik untuk oleh-oleh.

Secara keseluruhan, analisis menunjukkan bahwa UMKM pisang bolen memiliki potensi tinggi untuk berkembang, tetapi memerlukan dukungan eksternal untuk mengatasi tantangan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bolen Pisang telah mulai menerapkan beberapa aspek digitalisasi dalam administrasi penjualannya. Salah satu langkah awal yang diambil adalah penggunaan aplikasi mobile untuk pemesanan, yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online. Menurut pemilik Bolen Pisang, penggunaan aplikasi ini telah meningkatkan jumlah pesanan hingga 30% dalam tiga bulan pertama setelah peluncuran. Hal ini sejalan dengan temuan dari Yusof dan Kamaruddin (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi mobile dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempercepat proses transaksi.

Selain itu, Bolen Pisang juga mulai menggunakan sistem manajemen inventaris berbasis cloud untuk memantau stok bahan baku dan produk jadi. Dengan sistem ini, pemilik dapat mengakses data inventaris secara real-time dan mengurangi risiko kehabisan stok. Penelitian oleh Ismail dan Rahim (2021) menunjukkan bahwa sistem manajemen berbasis cloud dapat membantu UMKM dalam mengelola sumber daya mereka dengan lebih efisien. Namun, meskipun ada kemajuan, masih ada tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan pengetahuan teknis di kalangan karyawan dan kebutuhan untuk pelatihan lebih lanjut dalam penggunaan teknologi baru.

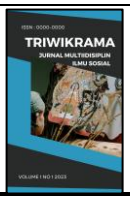
Dari hasil wawancara, terungkap bahwa pelanggan Bolen Pisang juga merasakan manfaat dari digitalisasi ini. Mereka menyatakan bahwa proses pemesanan yang lebih cepat dan mudah melalui aplikasi mobile membuat mereka lebih cenderung untuk kembali berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional, tetapi juga pada pengalaman pelanggan. Menurut laporan dari Malaysian Communications and Multimedia Commission (2021), 75% pengguna internet di Malaysia lebih memilih berbelanja secara online, yang menunjukkan potensi besar bagi UMKM untuk memanfaatkan tren ini.

Namun, tidak semua aspek digitalisasi berjalan mulus. Beberapa karyawan mengungkapkan kebingungan dalam menggunakan sistem baru dan merasa perlu adanya pelatihan lebih lanjut. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Ahmad dan Zainal (2020) yang menunjukkan bahwa resistensi terhadap perubahan dan kurangnya pelatihan dapat menjadi hambatan dalam adopsi teknologi di UMKM. Untuk mengatasi masalah ini, Bolen Pisang perlu merancang program pelatihan yang komprehensif untuk meningkatkan keterampilan digital karyawan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

UMKM pisang bolen di Kuala Lumpur memiliki potensi besar sebagai produk kuliner Indonesia yang diminati diaspora dan wisatawan, namun dihadapkan pada tantangan regulasi, persaingan, dan inovasi. Dengan modal kecil, usaha ini mampu bertahan dan berkembang melalui pemasaran



digital. Penelitian ini mengungkapkan bahwa UMKM pisang bolen di Kuala Lumpur menghadapi tantangan signifikan seperti persaingan dan fluktuasi harga, namun memiliki peluang melalui inovasi dan pemasaran digital. Berdasarkan data wawancara, rekomendasi utama adalah:

1. Pemerintah Indonesia dan Malaysia perlu memberikan dukungan berupa pelatihan bisnis dan akses ke pasar.
2. UMKM disarankan untuk meningkatkan adopsi teknologi digital untuk ekspansi.
3. Penelitian lanjutan dengan sampel lebih besar diperlukan untuk generalisasi hasil.

Dengan dukungan yang tepat, UMKM pisang bolen dapat berkontribusi lebih besar terhadap ekonomi kuliner di Kuala Lumpur. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai pengaruh digitalisasi, tetapi juga mendorong UMKM untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja mereka di masa depan.

Saran

Digitalisasi administrasi penjualan di Bolen Pisang menunjukkan potensi yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Meskipun ada tantangan dalam implementasi, langkah-langkah awal yang diambil telah menghasilkan dampak positif terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, disarankan agar Bolen Pisang terus mengembangkan dan memperluas penggunaan teknologi dalam operasional mereka. Program pelatihan yang berkelanjutan bagi karyawan juga sangat penting untuk memastikan bahwa mereka dapat memanfaatkan teknologi secara optimal.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, N., & Zainal, A. (2020). *Barriers to Technology Adoption in SMEs: A Review*. International Journal of Business and Management, 15(3), 12-23.

Bank Indonesia. (2020). *Statistik Ekonomi dan Keuangan*.

Ismail, A., & Rahim, N. (2021). *Cloud-Based Inventory Management for Small Businesses*. Journal of Small Business Management, 59(4), 567-580.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna Malaysia. (2021). *Statistik UMKM Malaysia*.

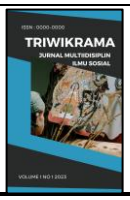
Malaysian Communications and Multimedia Commission. (2021). *Internet Users Survey*. *Kementerian Koperasi dan UKM*. Laporan Tahunan Koperasi dan UMKM.

Prabowo, H. (2023). *Digitalisasi dan Inovasi dalam UMKM: Tantangan dan Peluang*. Jurnal Teknologi dan Bisnis, 15(2), 112-126.

Rahman, A., & Hussin, N. (2020). *The Impact of Digitalization on SMEs: A Case Study*. Journal of Entrepreneurship and Business Innovation, 7(1), 45-58.

Santoso, D. (2022). *Transformasi Digital UMKM di Era Pandemi*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10(1), 85-99.

*Corresponding author
E-mail addresses: vionamonika05@gmail.com



Wijaya, A., & Rahardjo, B. (2020). *Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja UMKM*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 22(3), 145-160.

Wong, T., & Ahmad, R. (2021). *Digital Transformation in Small and Medium Enterprises: A Systematic Review*. Journal of Business Research, 124, 1-12.

Yusof, M., & Kamaruddin, K. (2022). *Mobile Application for Small Business: Enhancing Customer Experience*. International Journal of Information Management, 62, 102-115.