

MENINGKATKAN PANGSA PASAR UKM (USAHA KECIL MENENGAH) MELALUI PEMANFAATAN E-COMMERCE



Ayuliana, Dennise Adrianto, Gideon Prajena

Universitas Bina Nusantara, Jakarta
Email: ayuliana_st@binus.ac.id

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia, saat ini tak sedikit memandangnya sebelah mata dan dikaitkan dengan masalah ekonomi sosial dan distribusi pendapatan. Hal ini berkaitan dengan proses pembangunan yang belum merata di seluruh wilayah, termasuk juga masalah penyebaran informasi. Padahal tak dipungkiri UKM ternyata memiliki peran yang besar bagi perekonomian di Indonesia. Terbukti ketika krisis moneter di tahun 1997, bisnis UKM justru tak goyah dan malah menjadi tulang punggung perekonomian di kala itu. Saat ini UKM mulai berkembang dari sekedar menghasilkan produk dan memasarkan di wilayahnya, UKM mulai menggunakan koneksi internet dalam proses pemasaran, guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Tujuan umum dari pengabdian ini adalah untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi bagi masyarakat khususnya bagi Mitra UKM. Diharapkan dengan pemanfaatan IpTek ini dapat membantu Mitra UKM dalam memasarkan produknya dan juga dalam mengelola data transaksi penjualannya. Sehingga memberikan dampak perluasan pemasaran dan berikutnya peningkatan omset bagi mitra UKM.

Metode yang akan digunakan adalah *fact finding*, dimana selain melakukan pengumpulan data secara literature, juga melakukan interview kepada pemilik UKM dan juga survey terhadap proses bisnis yang dilakukan oleh Mitra UKM guna mengumpulkan data-data pendukung. Luaran dari pengabdian ini adalah website dinamis yang dapat dikelola oleh Mitra UKM sebagai sarana promosi produk Mitra UKM, selain itu melalui website juga Mitra UKM dapat menerima pesanan dari pelanggan. Pesanan dan transaksi yang berhasil dilakukan melalui aplikasi akan langsung di tercatat dalam transaksi penjualan. Berikutnya UKM dapat melihat dan mendapatkan laporan bulanan lebih cepat dan akurat.

Dampak sosial lainnya yang di harapkan adalah, dengan adanya pengembangan website dan pelatihan untuk dua UKM mitra dapat memberikan contoh kepada UKM-UKM sejenis diwilayahnya untuk melakukan pengembangan teknologi informasi. Dan pada akhirnya keberhasilan dari pengabdian masyarakat ini diharapkan menjadi proyek contoh bagi UKM- UKM lainnya untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam mengembangkan usahanya.

Kata kunci: Usaha Kecil Menengah, UKM, Internet, E-commerce, Pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Pengabdian dilaksanakan di 2 Mitra UKM yang berlokasi di kota depok, tepatnya kecamatan Pancoran Mas dan Beji. Mitra UKM bergerak dibidang makanan ringan (*snack*). Selama ini memasarkan produksinya melalui pameran/bazaar, juga melalui media sosial seperti facebook/whatsapp/BBM. Untuk mengembangkan pangsa pasar produknya, Mitra UKM menggunakan sistem reseller.

Untuk proses penerimaan pesanan masih terbatas melalui telepon/SMS/media komunikasi lainnya. Pencatatan pesanan dan transaksi penjualan juga masih dilakukan secara manual yaitu dicatat dalam pembukuan yang kemudian dipindahkan ke dalam excel.



Yang menjadi masalah utama adalah pemilik UKM tidak melakukan pencatatan secara rutin dan berkala (tidak konsisten) mengenai transaksi-transaksi yang terjadi. Sehingga hal tersebut menyebabkan Mitra UKM kesulitan dalam memantau transaksi penjualan, mengetahui pendapatan UKM, atau mengetahui perkembangan usahanya.

Proses bisnis Mitra UKM terdiri dari 2 macam, yaitu penjualan langsung dan konsinyasi. Untuk penjualan langsung proses dimulai dari menerima pemesanan produk melalui Telp/WA/Inbox FB, kemudian melakukan perhitungan total berikut dengan biaya pengiriman yang telah disepakati (Ekspedisi dipilih oleh *Customer*). Lalu *customer* melakukan pembayaran via transfer dan melakukan konfirmasi pembayaran. Jika konfirmasi pembayaran diterima sebelum jam 14.00, produk akan dikirim pada hari itu, jika tidak produk dikirim hari berikutnya. Sedangkan untuk konsinyasi, dimulai dari menerima pemesanan produk, kemudian memeriksa stok dan mengirimkan produk.

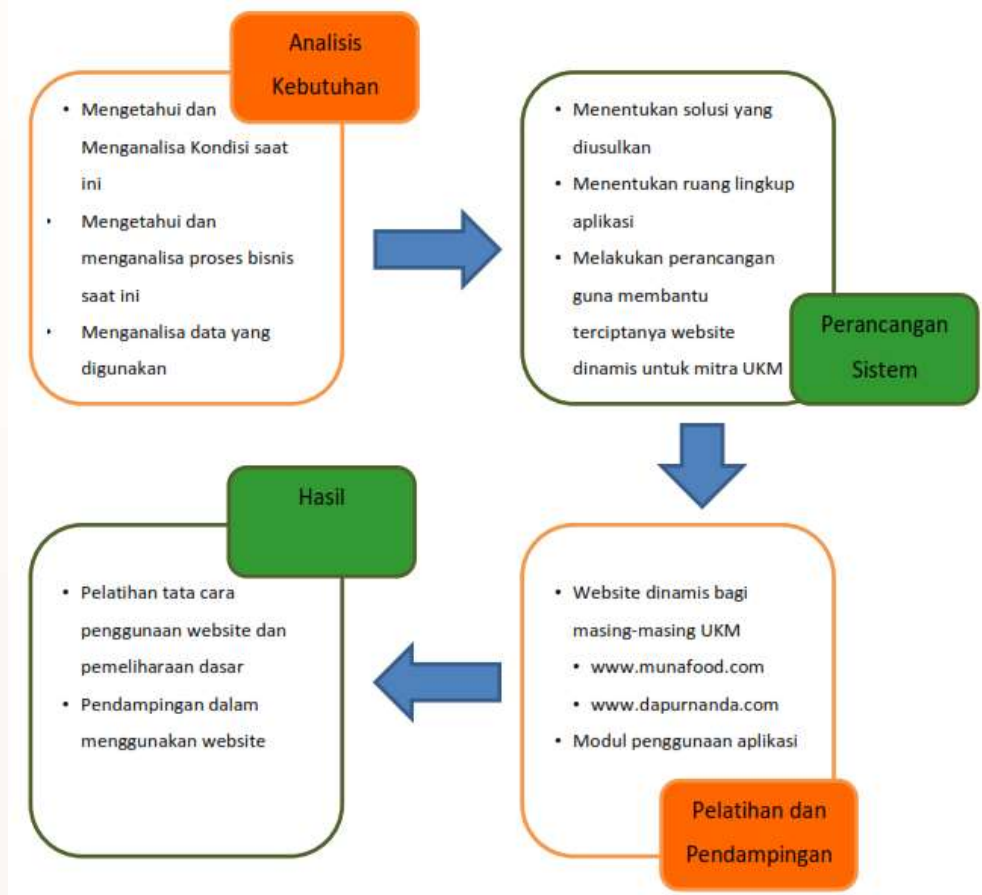
Solusi yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan pemasaran produk, adalah dengan memanfaatkan website dinamis yang di-*hosting*. Dimana pada halaman web tersebut mitra dapat mengatur tampilan home agar produk baru yang dibuat muncul didepan. Berikutnya Mitra UKM cukup melakukan *branding* mengenai halaman web mitra UKM. Dalam membuat *website* Peneliti dan Mitra UKM bekerja sama dalam menentukan mengenai hal apa saja yang akan di tampilkan dalam *website* dinamis tersebut. Jika *website* dinamis yang dimaksud telah berhasil dibuat, maka mitra UKM akan diberi pelatihan dalam menggunakan dan mengelola *website* tersebut, sehingga mitra dapat memperbaharui mengenai deskripsi produk dan hal-hal yang terkait dengan UKM-nya di *website* tersebut.

Untuk mengatasi masalah manajemen bisnis mitra UKM, terutama dalam penerimaan pesanan dan pencatatan transaksi penjualan, peneliti mengusulkan pembuatan aplikasi berbasis web yang membantu mitra UKM dalam menyimpan dan mencatat transaksi tersebut. Mitra UKM juga diberikan pelatihan untuk menggunakan aplikasi tersebut, sehingga mitra UKM dapat terbantu dalam pembuatan laporan bulanan.

Selama proses pembuatan, mitra UKM dapat berkontribusi dengan cara melakukan pertemuan berkala dengan peneliti diwaktu-waktu yang telah disepakati guna membantu dalam pengumpulan data, juga dalam pemeriksaan kesesuaian antara hasil luaran dan kebutuhan mitra. Mitra UKM juga diharapkan ikut berpartisipasi pada saat penerapan luaran dan pelatihan penggunaan aplikasi guna mendukung kemampuan mitra UKM dalam penggunaan teknologi informasi ini.

Diharapkan dengan adanya website dinamis yang terintegrasi dengan pencatatan transaksi dapat mengatasi masalah pencatatan transaksi Mitra UKM, dan dapat membantu mitra UKM dalam melihat berkembang usahanya.

METODOLOGI



PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Mitra UKM membutuhkan fitur untuk memudahkan proses pemasaran produk dan pencatatan transaksi yang diterima melalui jejaring sosial, dan juga transaksi konsinyasi, penambahan item/jenis barang yang dijual, pembuatan laporan penjualan dan pengecekan stok barang. Aplikasi ini akan digunakan oleh pemilik UKM atau karyawan yang telah diberi hak akses.

Masalah mitra UKM yang berhasil diidentifikasi diantaranya:

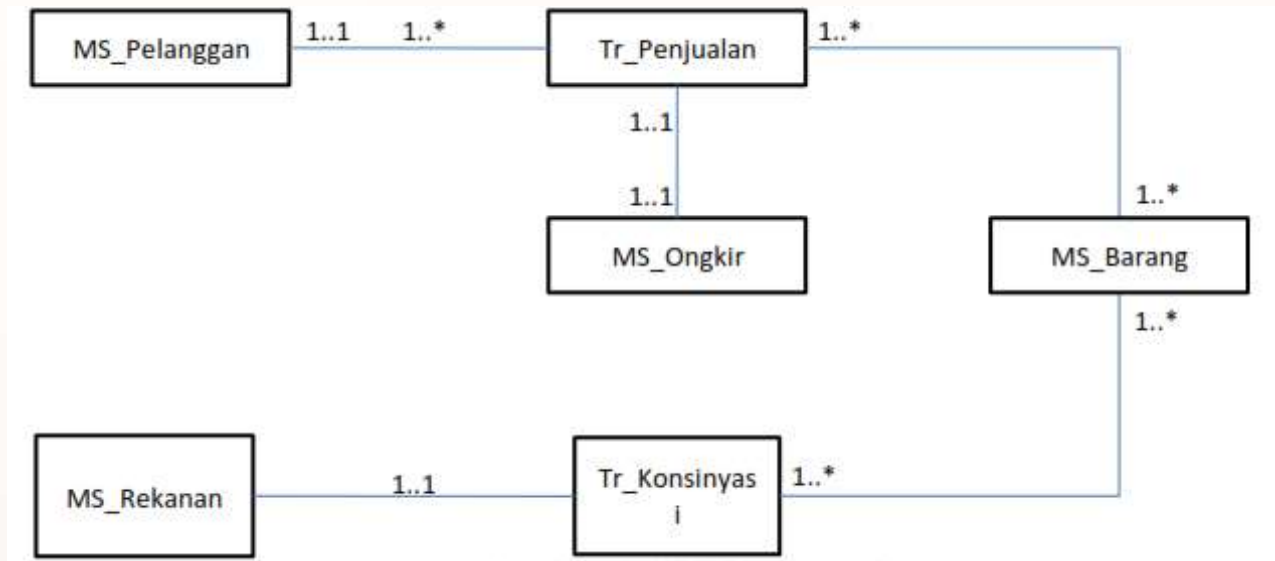
1. Pencatatan transaksi tidak dilaksanakan secara rutin sehingga Mitra UKM kesulitan ketika memerlukan laporan, dan kesulitan melihat perkembangan usahanya
2. Data pelanggan yang sudah berbelanja secara reguler tidak tersimpan secara khusus, pemilik UKM hanya menyimpannya berupa kontak di *handphone*.
3. Sistem penjualan meliputi penjualan *online* dan konsinyasi (titip jual), yang juga pencatatannya tidak dilakukan secara rutin.
4. Selama ini Mitra UKM memperkenalkan produknya hanya melalui sarana media sosial saja, dan pameran-pameran UKM

Aplikasi yang dibuat akan melingkupi fungsi-fungsi berikut:

1. Aplikasi menerima pesanan dari pelanggan.
2. Pelanggan dapat melakukan konfirmasi pembayaran dan melakukan pengecekan pesanan
3. Pemilik UKM dapat menambahkan/merubah informasi mengenai jenis barang yang diproduksi dan dijual
4. Pemilik UKM dapat memverifikasi pembayaran dan mengkonfirmasi resi pengiriman
5. Pemilik UKM dapat menambahkan dan merubah data Ongkos kirim

6. Pemilik UKM dapat membuat laporan transaksi secara berkala

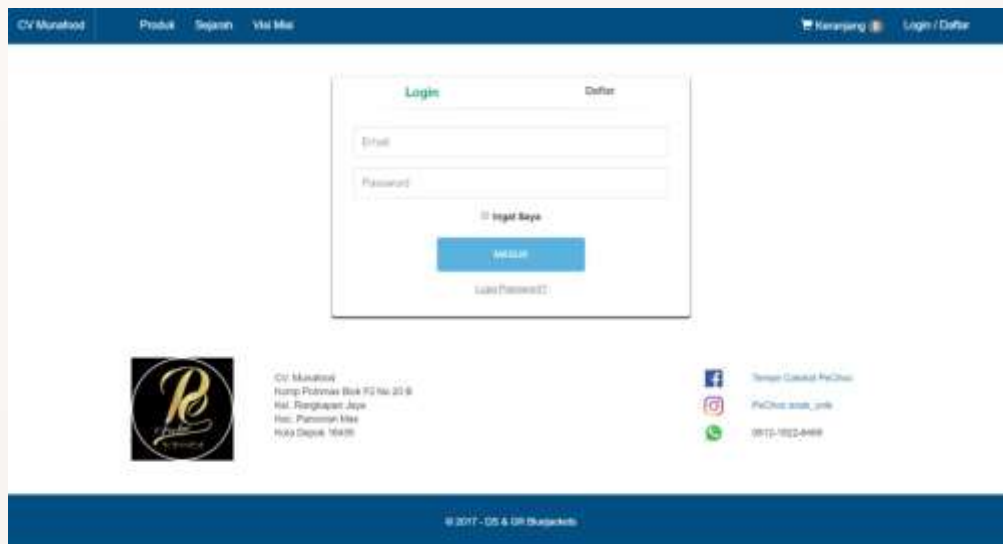
Melakukan identifikasi fungsi – fungsi yang diperlukan, entitas apa saja yang harus ada dan menentukan *relationship* antar entitas. Kemudian dibuat perancangan konseptual yang memenuhi kebutuhan tersebut.



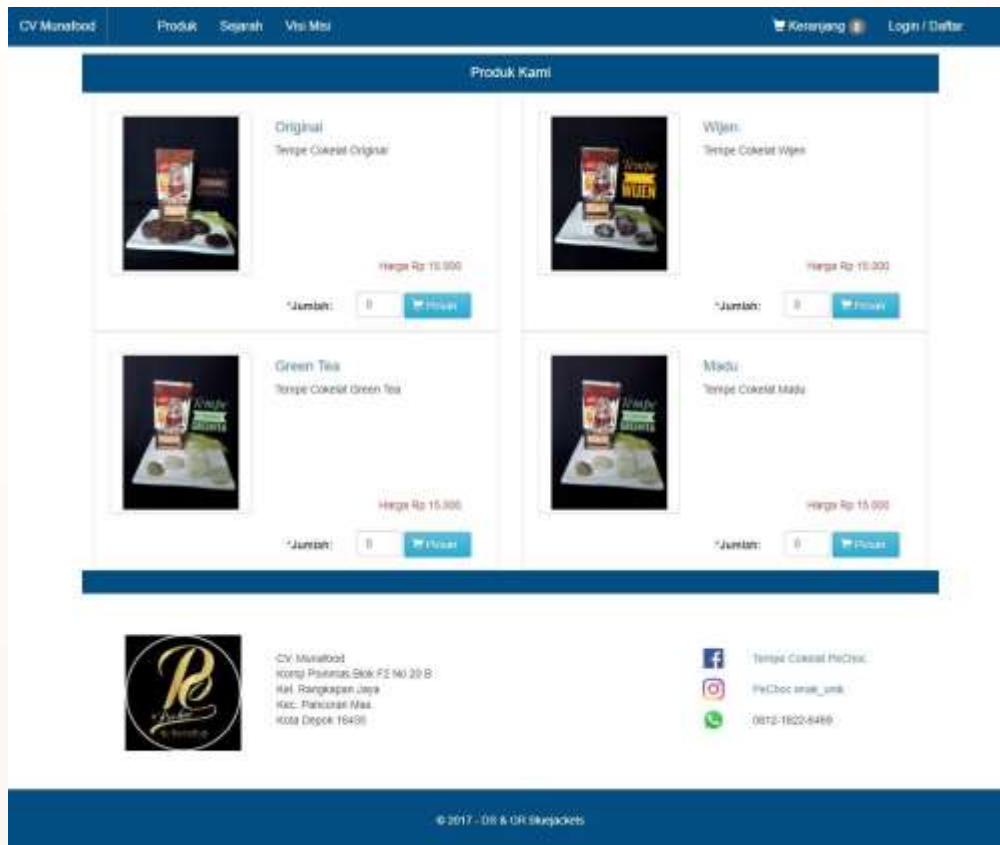
Gambar 1. ERD Konseptua

Langkah selanjutnya, melakukan perancangan logical dan perancangan layout *website*.

Selanjutnya implementasi rancangan menjadi *website* dinamis.



Gambar 2. Halaman Login



Gambar 3. Halaman Produk

KESIMPULAN

Dari uraian tersebut diatas, maka dapat dapat disimpulkan:

1. Dikarenakan penyebaran mengenai informasi dapat dilakukan melalui website, dengan menyebarkan alamat website melalui media social, diharapkan Mitra UKM,
2. dalam hal ini CV. Munafood dan UKM Dapur Nanda dapat meningkatkan pemasarannya.
3. Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui website dan pemesanan dapat melihat riwayat pesannya
4. Mitra UKM dapat mengarahkan pelanggan-pelanggan yang melakukan pemesanan melalui media *WhatsApps* atau *messenger* untuk melakukan pemesanan melalui website.
5. Mitra UKM dapat memeriksa transaksi konsinyasi dan transaksi pemesanan lebih mudah, karna pencatatan sudah terintegrasi.
6. Mitra UKM dapat melakukan pengembangan produk dan langsung memasarkannya, karena tersedia fitur tambah produk pada website.

dan saran yang diberikan:

1. Disarankan Mitra UKM melakukan pembaharuan photo produk secara berkala, agar tampilan website tetap menarik Kedepannya akan lebih menarik jika website juga dapat memuat info terkini
2. mengenai kegiatan yang akan diikuti oleh Mitra UKM, seperti kegiatan pameran atau bazaar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, C. T. (2010). ANALISIS SEBARAN PEMANFAATAN INTERNET BLOG/WEBLOG UNTUK KATEGORI BISNIS DAN EKONOMI DI DUNIA MAYA INDONESIA. ComTech Vol.1 No.2 Desember 2010, 1188-1196.
- Ahmed, M., Uddin, M. M., Azad, M. S., & Haseeb, S. (2010). MySQL Performance Analysis on a Limited Resource Server: Fedora vs. Ubuntu Linux. SpringSim '10 Proceedings of the 2010 Spring Simulation Multiconference. Cahyaningtyas R, (2012).Perancangan Aplikasi TeleMarketing Untuk Kebutuhan Pemasaran. 7 Juni 2012, Jakarta, 221 - 227
- Connolly, Thomas & Begg, Carolyn. (2010), Database Systems: A Practical Approach To Design, Implementation, and Management, Fifth Edition. Harlow: Addison Wesley.
- Das, R., & Saikia, D. P. (2016). Comparison of Procedural PHP with Codeigniter Framework. IJARCSSE: Volume 6, Issue 2, February 2016, 339-342.
- Gelinas, Ulric J., Dull, Richard B., & Wheeler, Patrick. (2008). Accounting Information Systems. Cengage Learning.
- Johansen, R. D., Britto, T. C., & Cusin, C. A. (2013). CSS Browser Selector Plus: A JavaScript Library to Support Cross-browser Responsive Design. ACM 978-1- 4503-2038-2/13/05, 27-29.
- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). PENERAPAN TEKNIK SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) PADA WEBSITE DALAM STRATEGI PEMASARAN MELALUI INTERNET. ComTech Vol. 5 No. 2 Desember 2014, 1050-1058.
- Pop, D.-P., & Altar, A. (2014). Designing an MVC Model for Rapid Web Application Development. Procedia Engineering 69, 1172-1179.
- Voutilainen, J.-P., Salonen, J., & Mikkonen, T. (2015). On the Design of a Responsive UserInterface for a Multi-Device Web Service. 2nd ACM International Conference on Mobile Software Engineering and Systems, 60-63.
- Whitten, Bentley, Dittman. (2007). System Analysis and Design Method, International Edition. New York: McGRAW-HILL.