

PENERAPAN *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN EMPING MELINJO DI DESA CILOWONG

Aliudin¹⁾, Nanang Kridianto¹⁾, Aris Supriyo Wibowo¹⁾, Setiawan Sariyoga¹⁾

¹⁾Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email : alicardan@yahoo.com

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat dalam pembuatan sarana media promosi penjualan produk berbasis website. Kemampuan dalam membuat dan mengembangkan media promosi online diharapkan dapat menunjang kegiatan pemasaran produk emping melinjo yang dihasilkan. Sasaran kegiatan Ipteks bagi Masyarakat (I_bM) ini adalah masyarakat di sekitar Desa Cilowong Taktakan Kota Serang dengan jumlah 20 orang. Kegiatan Ipteks bagi Masyarakat (I_bM) dilakukan dengan metode ceramah, demonstrasi, latihan dan pendampingan disertai tanya jawab. Metode ceramah dipilih untuk menjelaskan tentang konsep pemasaran, media promosi berbasis website, kelebihan dan keunggulan media website. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini setiap perajin emping : Peserta pelatihan memahami materi: (1)Internet, kelebihan dan kekurangannya. (2) Dasar pembuatan laman web.(3) Modifikasi dokumen HTML (4) Pengolahan gambar. (5) *Domain & Hosting* (6) Unggah bahan

Kata kunci : *e-commerce*, laman web, emping melinjo

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Aplikasi perangkat lunak komputer dan Internet telah berkembang pesat pada dasawarsa ini, demikian pula dengan aplikasi web dan browser internet maupun intranet. Aplikasi *e-commerce* sebagai bagian dari perkembangan teknologi juga telah berkembang. Diawali dengan teknologi EDI (*Electronic Data Interchange*) dalam lingkup internasional. Kemajuan teknologi internet sebagai jalan informasi global bebas hambatan telah berkontribusi secara nyata terhadap kehidupan manusia. Salah satu area yang terkena dampaknya adalah dunia bisnis. Electronic commerce (Kalakota & Whinston 1999) yang melibatkan proses jual beli informasi, produk dan pelayanan melalui jaringan komputer dan khususnya internet telah merevolusi cara kerja transaksi bisnis yang dilakukan di seluruh dunia.

Definisi *e-commerce* (Electronic Commerce) merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "*get and deliver*". *e-commerce* mengkonversi kegiatan marketing berbasis konvensional dan sekaligus memangkas biaya operasional untuk kegiatan trading (perdagangan).

Proses yang melibatkan metode pemasaran dengan *e-commerce* dapat dirinci dengan kegiatan sebagai berikut :

- Presentasi elektronik (pembuatan website) untuk produk dan layanan.
- Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.

- Otomasi account pelanggan secara aman (nomor rekening maupun nomor kartu kredit).
- Pembayaran yang dapat dilakukan secara langsung (*online*) dan penanganan transaksi.

Beberapa keuntungan dapat diperoleh bagi suatu perusahaan dengan menggunakan transaksi melalui e-commerce yaitu :

- Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan online channel yang biayanya lebih murah.
- Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
- Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik / pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
- Mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif.

E-commerce sangat dibutuhkan untuk meningkatkan hasil penjualan emping, sehingga dimasa yang akan datang dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai tambah emping. Hingga saat ini produksi emping dengan teknologi konvensional kurang mampu meningkatkan nilai tambah sehingga bagian yang diterima perajin sangat kecil.

2. METODE DAN SOLUSI YANG DITAWARKAN

Metode dan solusi yang ditawarkan dalam kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut :

2.1 Diskusi Persiapan Program

- a. Diskusi persiapan program oleh tim manajemen untuk mengetahui tugas fungsi dan tanggung jawab masing – masing personil.
- b. Pembuatan TOR masing – masing kegiatan, penentuan jadwal pelaksanaan kegiatan secara pasti dan penyiapan bahan dan perlengkapan penunjang pelaksanaan program.
- c. Outputnya : TOR pelaksanaan kegiatan, time schedule operasional dan penegasan atas tugas personil sesuai dengan manajemen program

2.2 Penyusunan Buku Panduan Program

Penyusunan buku panduan disesuaikan dengan kondisi dan potensi yang ada dan dimiliki para perajin. Kekhasan program penerapan teknologi pembuatan laman keripik emping melinjo menuntut buku panduan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik perajin keripik emping melinjo.

Buku panduan akan mengintegrasikan kegiatan para perajin dengan para *stakeholders* dalam pengembangan usaha. Sehingga para perajin dapat merasakan perubahan dalam perolehan nilai tambah dan peningkatan pendapatan. Program penerapan laman web keripik emping melinjo yang tersusun sesuai dengan program kegiatan yang dilaksanakan pemerintah. Langkah – langkah pelaksanaan kegiatan:

- a. Pembentukan tim penyusunan buku panduan

- b. Penyusunan buku pedoman
- c. Diskusi rutin membahas buku panduan
- d. Menyusun rumusan final buku panduan

Penyusunan buku panduan penerapan laman web keripik emping melinjo akan disusun oleh tim. Kemudian hasil buku panduan akan didiskusikan secara rutin dengan mengundang pakar dalam bentuk “*small discussion*”. Penyusunan draft buku panduan akan selesai dalam satu bulan dengan frekuensi diskusi rutin sebanyak empat kali.

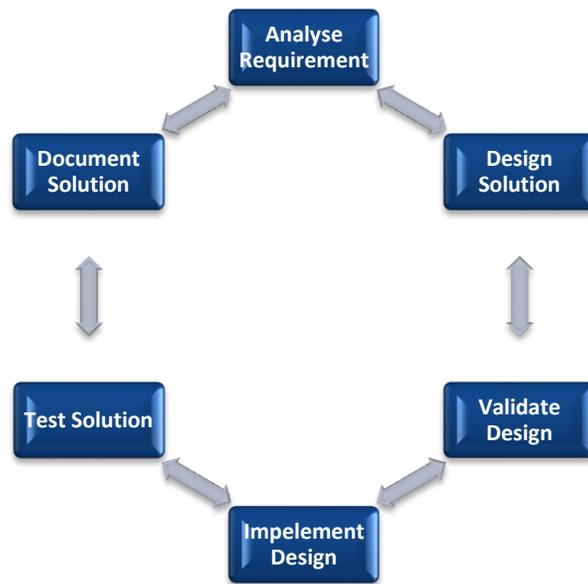
2.3 Assessment Calon Pendamping Laman Web Keripik Emping Melinjo

Assessment calon pendamping dilakukan agar tersedia pendamping saat pelatihan serta pendampingan perajin dalam proses pembuatan laman web. Tugas pendamping yaitu memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat tentang kegiatan pembuatan laman web keripik emping melinjo.

3. TAHAPAN

Tahapan pengembangan program aplikasi web e-commerce untuk perajin keripik emping melinjo pada tahapan *Implementation* meliputi :

1. Analyse Requirement / Analisis Kebutuhan.
2. Design Solution / Solusi Desain.
3. Validate Design / Validasi Desain.
4. Implement Design / Implementasi Desain.
5. Test Solution / Tes Solusi.
6. Document Solution / Dokumentasi Solusi.

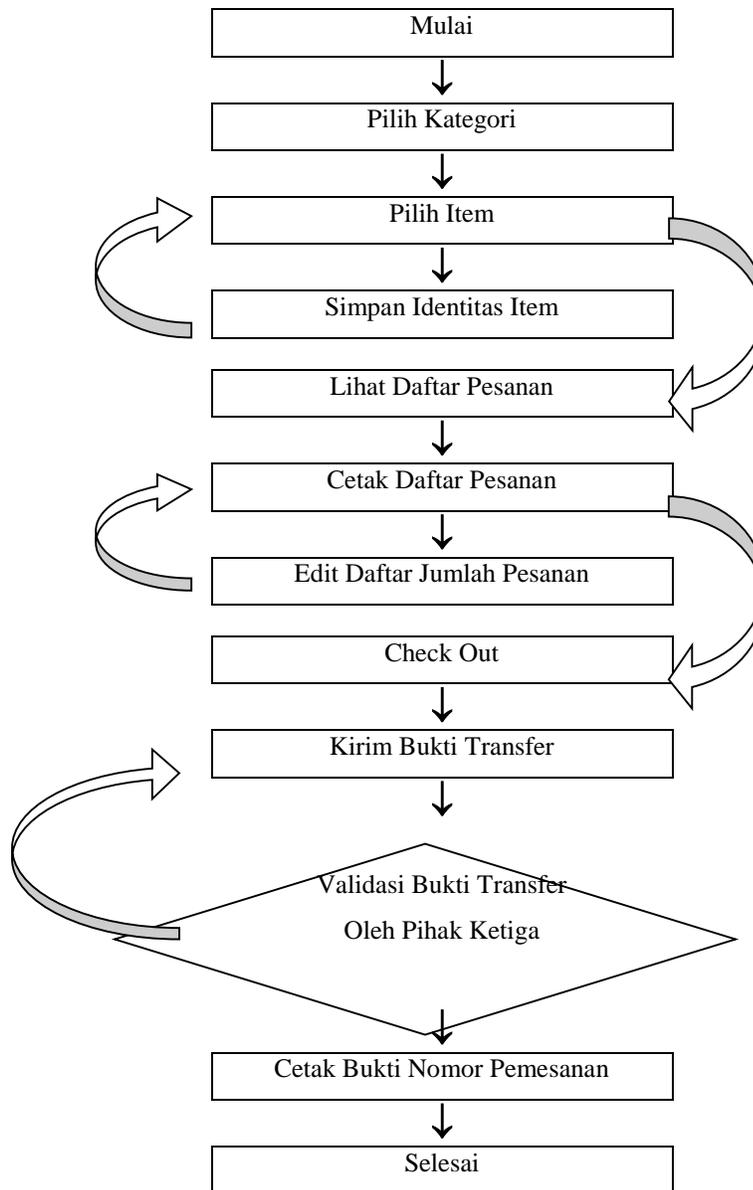


Gambar 3.1. Program / Application Development Cycle (Shelly, 2011)

Arsitektur dasar dari aplikasi web yang diusulkan adalah arsitektur client/server. Artinya pemrosesan aplikasi ini dijalankan melibatkan kedua sisi yakni sisi mesin server dan sisi client. Berbeda dengan aplikasi Microsoft Word misalnya yang hanya melibatkan satu sisi yaitu sisi client. Atau bagi pengguna mesin VAX yang hanya menggunakan sisi server saja sedangkan sisi client hanya dumb terminal saja yang tidak melakukan pemrosesan apapun di sisi client.

3.1 Rancangan Aplikasi E-Commerce

Gambaran aplikasi e-commerce yang akan diusulkan adalah sebagai berikut. Aplikasi akan menampilkan daftar produk keripik emping melinjo yang tersedia. Kemudian pengguna dapat memilih beberapa item yang ingin dibeli. Pada saat pengguna memilih sebuah item barang, identitas barang tersebut dicatat, dan kemudian user dapat melanjutkan berbelanja / memilih item yang lain. Server mengingat item apa saja yang telah dipesan dalam kotak belanja. Pada saat pengguna melanjutkan browsing, server memelihara track pengguna tersebut dan pengguna tersebut dapat melakukan check out terhadap item-item yang telah dipesan dengan metode *state maintenance*.



Gambar 3.2. Diagram Alir Penggunaan Aplikasi *E-Commerce*

3.2. Rancangan Layar

Setiap halaman pada aplikasi nantinya memiliki tombol yang memungkinkan pengguna untuk langsung melakukan Pemesanan dan Checkout. Pada halaman yang menampilkan daftar barang terdapat kumpulan form yang memungkinkan pengguna untuk memberi indikasi item mana yang dibeli. Setiap item dapat ditentukan secara lebih spesifik sesuai jenis barang yang ada. Form untuk pemesanan menggunakan kotak teks untuk jumlah pesanan, dan tombol *Pesan*.

Selanjutnya ditampilkan satu halaman yang berisi daftar item yang sedang berada dalam kereta belanja (*shopping cart*). Halaman ini memungkinkan pengguna untuk menambah atau mengurangi jumlah item yang dipesan, dan menghapus suatu item pesanan. Pada akhir proses pemesanan, ditampilkan halaman yang mengumpulkan informasi pengguna, preferensi, dan halaman untuk memulai informasi pembayaran /transfer.

Selanjutnya, setelah transaksi selesai diproses, terdapat tanda terima transaksi yang mengkonfirmasi pesanan dan menyampaikan nomor id pesanan kepada pengguna. Pesanan akan langsung diproses pada saat informasi transfer telah dikirimkan dari pengguna.

KERIPIK EMPING MELINJO				
KELOMPOK USAHA TANI MEKAR				
Menyediakan beraneka keripik emping yang dapat anda pilih, pembayaran melalui transfer Rekening Bank				
Pilih Jenis Paket Emping				
Nama/Kode	1 kg	3 kg	5 kg	10 kg
Kering Biasa	Rp 25.000	Rp 72.000	Rp 110.000	Rp 210.000
Kering Lebar	Rp 32.000	Rp 90.000	Rp 140.000	Rp 290.000
Matang				
a. Pedas	Rp 35.000	Rp 100.000	Rp 165.000	Rp 325.000
b. Manis	Rp 37.000	Rp 110.000	Rp 170.000	Rp 340.000
c. Keceprek	Rp 30.000	Rp 85.000	Rp 140.000	Rp 280.000
d. Ceplis	Rp 24.000	Rp 65.000	Rp 110.000	Rp 220.000

Gambar 3.3 Rancangan Layar Display Barang

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan penjualan produk perajin emping melinjo di kabupaten serang berbasis website melalui penerapan e-commerce dengan PHP dan MYSQL dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut: tahap pertama ; tahap sosialisasi ; tahap kedua pembekalan materi; tahap ketiga pelatihan dan pendampingan. Tahap sosialisasi pada kegiatan ini adalah tahap pensosialisasian program dan orientasi lapangan kepada pihak Desa dan kepada tokoh masyarakat. Dilakukan pada tanggal, Prosesnya dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.1. Tahapan Kegiatan Sosialisasi

No	Tanggal	Kegiatan	Output Kegiatan
1	4/Maret/2013	Orientasi Lapangan	Mapping peserta
2	6/ Maret/2013	Persetujuan dan Perangkat Desa dan Kelompok	Surat Persetujuan
3	9/Maret/2013	Penyerahan dan pemberitahuan dan koordinasi lapangan	Hasil koordinasi
4	29/ April/ 2013	Identifikasi peserta	Calon peserta

Tahap sosialisasi dilakukan bersama dengan stakeholders dan masyarakat terkait diantara kepala Desa, dan ketua kelompok perajin emping. Hasil yang di peroleh adalah persetujuan waktu, dan tempat pelatihan. Tempat pelatihan dilakukan di dua tempat yaitu (1) tempat pembekalan materi diselenggarakan di Kampung Cibetik (2) pelatihan dan demonstrasi dilakukan di laboratorium computer dan laboratorium Komunikasi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Pada tahap sosialisasi juga di lakukan identifikasi calon peserta Pelatihan Hasil Identifikasi calon Peserta Pelatihan

Tabel 4.2 Hasil Identifikasi Peserta Calon Pelatiha

No	Unsur/Utusan	Jumlah
1	Karang Taruna	10 orang
2	Kader PKK	7 orang
3	Perajin	10 orang

Kriteria yang digunakan untuk calon peserta pelatihan adalah (1) pendidikan minimal tamat SMTP atau sederajat,(3) bersedia mengikuti pelatihan, (4) Mengenal jaringan internet (mengenal penggunaa computer) (4) memiliki ikatan keluarga dengan para perajin emping (5) usia dibawah 45 tahun. Lokasi sosialisasi dilakukan di Kantor Desa Cilowong, Kampung Cibeutik .

Materi yang disampaikan dalam pelatihan adalah pengenalan pemasaran dan pengenalan pemasaran dengan metode e-commerce. Materi pelatihan I yang akan disampaikan diberi topik “E-Commerce”. Instruktur pelatihan dan pendamping intrukturnya dapat dilihat pada Tabel berikut :

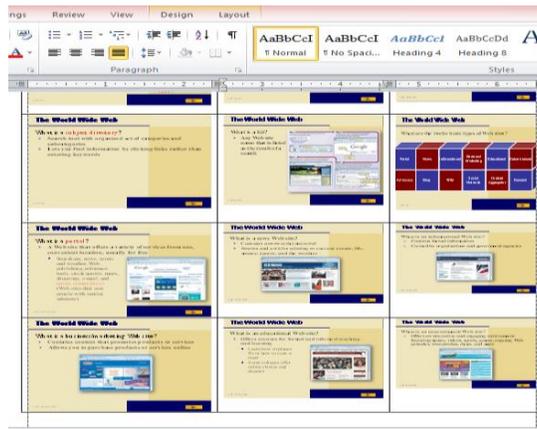
Tabel 4. 4. Instruktur Pelatihan dan Pendamping

No.	Nama Instruktur	Tugas Dalam Pelatihan
1	Dr. Aliudin, MP	Narasumber
2	Aris Supriyo Wibowo, Ir.MP.	Pendamping Narasumber
3	Setiawan Sariyoga, SP.,MP.	Pendamping narasumber
4	Nanang Krisdianto, ST.,M.Kom.	Pendamping Narasumber

Materi yang disampaikan terbagi dua topik yaitu Pengertian e-commerce ;Aplikasi Komputer untuk pembuatan web-site e-Commerce. Contoh tampilan materi yang di sampaikan sebagai berikut :



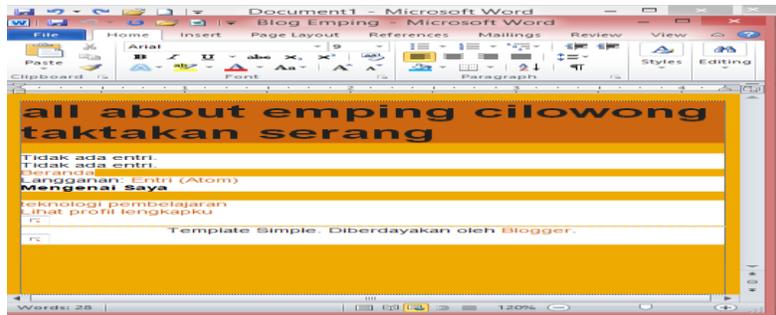
Gambar 4.1. Contoh Slide Materi Pembekalan Tahap 1



Gambar4. 2. Contoh Slide Materi Pembekalan Tahap II

Kegiatan ini menghasilkan alamat web. Alamat web tersebut digunakan dan di kelola oleh ketua kelompok. Alamat web yang ada dikelola secara bersama antara perajin.

Alamt web yang di peroleh www.empingcilowong.blogspot.com. Alamat ini yang digunakan oleh perajin emping untuk penjualan produknya.



Gambar 4. 3. Laman Web yang berhasil dibuat oleh perajin

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perajin Emping memahami pentingnya e-commerce untuk meningkatkan penjualan
2. Perajin Emping sudah dapat membuat Laman Web, membuat tampilan produk emping .
3. Laman Web dikelola secara berkelompok melalui kelompok perajin muda karang taruna

5.2 Saran

Pengabdian ini dapat digunakan oleh pemerintahan Daerah Setempat untuk program pendampingan dan pemberdayaan masyarakat perajin emping secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih diucapkan kepada Kemendiknas yang mendanai kegiatan pengabdian IPTEKS Berbasis Masyarakat (IbM) sehingga kegiatan ini dapat diselenggarakan. Terimakasih juga diucapkan kepada LPPM-Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang memfasilitasi dan mendampingi selama kegiatan mulai dari pengajuan proposal sampai dengan pelaporan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Aliudin dan Dian Anggaraeni, 2012. Nilai tambah Emping Melinjo Melalui Teknologi Produksi Konvensional di Desa Menes, Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang, Journal AGRIKA Vol 6.No Universitas Widyagama Malang.

Kalakota dan Whinston, 1999. Frontiers of electronic Commerce, Addison-Whessly Publihing Company, INC, Massaachusetts. USA.

Vermaat, Shelly Cashman, 2011. Discovering computers “Menjelajah Dunia Komputer”
FUNDAMENTAL. Third Edition. Salemba : Infotek