
PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS WEB DI DESA DANAU LAMO

Oleh

Rio Ramadani¹, Noni Rahmawati², Tomi Kurniawan³, Hikmatun Nazila⁴
^{1,2,3,4}Institut Teknologi dan Sains Nahdatul Ulama JambiEmail: 1rioramadani@gmail.com**Abstract**

UMKM Danau Lamo merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang penjualan makanan. Penjualan pada UMKM Danau Lamo dilakukan secara konvensional. Proses promosi dan penjualan terdapat beberapa kendala pada pengoptimalan promosi dan penjualan secara online. Hal ini dikarenakan UMKM Danau Lamo belum memiliki website khusus untuk menyediakan segala informasi yang berhubungan dengan produk penjualan. Untuk meningkatkan jumlah pembeli maka diperlukan website yang mampu menjawab permasalahan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merancang website e-commerce untuk menghasilkan sebuah website yang menarik perhatian dan mampu menyediakan sarana penjualan dan promosi UMKM Danau Lamo. Data yang dikumpulkan selama penelitian adalah data profil data cara pembelian dan data produk yang dijual. Untuk memperoleh rancangan pembuatan website digunakan teknik Data Flow Diagram (DFD) dan teknik normalisasi untuk mengetahui alur sistem yang dirancang. Dari rancangan yang dihasilkan dibuat rancangan tabel yang dilengkapi dengan field-field yang diimplementasikan dalam sebuah program aplikasi database. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan website UMKM Danau Lamo yang dapat menarik minat pembeli untuk mengetahui serta mengorder produk yang dipasarkan tanpa harus mendatangi toko secara langsung

Keywords: Pemasaran, UMKM, Website**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi yang sangat dramatis dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak positif pada berbagai aspek kehidupan, termasuk di dalamnya dunia bisnis termasuk perdagangan. Perdagangan adalah kegiatan ekonomi yang mengaitkan antara para produsen dan konsumen. Sebagai kegiatan distribusi, perdagangan menjamin peredaran, penyebaran, dan penyediaan barang melalui mekanisme pasar. Perdagangan juga merupakan proses tukar menukar barang dan jasa dari suatu wilayah dengan wilayah lainnya. kegiatan sosial ini muncul karena adanya perbedaan kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perlu dibangun sebuah sistem informasi penjualan melalui toko online berbasis Web

pada “Danau Lamo Snack” yang nantinya dapat digunakan untuk mempermudah proses jual beli. Melalui toko online ini, konsumen dapat melihat koleksi produk yang selanjutnya dapat melakukan proses pemesanan. Barang yang dipesan akan diantarkan sesuai alamat tujuan setelah melakukan pembayaran melalui transfer bank/ ATM.

Diharapkan dengan adanya toko online ini dapat membantu pihak vendor untuk mempromosikan produk-produk yang dijual dengan cepat tanpa harus menyita waktu. Konsumen juga dapat melihat atau memilih barang yang akan dipesan tidak terbatas tempat dan waktu. Selain itu, harga barang yang dijual relative lebih murah dibandingkan dengan harga di toko konvensional karena toko online tidak menyediakan kios khusus sehingga mereka mampu menghemat biaya.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang muncul adalah bagaimana membangun suatu website penyedia layanan penjualan pada “Danau Lamo Snack” yang dapat menampilkan informasi detail produk dan dapat melakukan proses pembelian secara online oleh konsumen sehingga konsumen dapat membeli kapan saja dan dimana saja melalui internet.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah membangun website pada “UMKM Danau Lamo” sehingga dapat dijadikan sebagai media penjualan barang secara online.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari E-commerce sebagai media pemasaran secara online di “UMKM Danau Lamo” adalah sebagai berikut:

- Menciptakan sistem penjualan baru secara online.
- Memperluas jangkauan calon konsumen dengan target pasar yang tidak terbatas.
- Mempermudah pemasaran dan promosi makanan.

LANDASAN TEORI

Website merupakan informasi dalam bentuk digital yang dimuat dalam sekumpulan halaman. Website dapat menampilkan informasi berupa teks, gambar, video dan audio yang dihubungkan melalui jalur internet. Informasi dalam website dapat ditampilkan melalui browser, seperti Google Chrome, Mozilla Firefox dan yang lainnya (Abdulloh, 2016). “Situs web umumnya ditempatkan pada setidaknya satu web server yang dapat diakses melalui jaringan misalnya internet atau jaringan wilayah lokal melalui alamat internet yang disebut URL (Larno et al., 2019).”

Selanjutnya, “Trimarsiah & Arafat (2017:20) juga menyatakan bahwa website merupakan sebuah media informasi yang ada di internet. Website tidak hanya dapat digunakan untuk penyebaran informasi saja melainkan bisa juga digunakan untuk membuat toko online.

Website juga merupakan kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet. Jadi kesimpulannya website adalah sub jaringan dari internet yang bisa digunakan secara global, baik untuk bidang bisnis, informasi, maupun hiburan.”

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

“Menurut Tambunan (2020) dalam Halim (2020) menyatakan bahwa: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sector ekonomi. Selanjutnya menurut Supriyanto (2006) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa UMKM merupakan solusi dalam menanggulangi tingkat kemiskinan yang ada di Indonesia. Sektor UMKM memiliki potensi yang besar dalam menyerap tenaga kerja, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”

Pemasaran Online

Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk penyebaran pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan terhadap calon pelanggannya, metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media social, periklanan dan masih banyak lagi. Pemasaran dilakukan untuk menjangkau pelanggan melalui saluran dimana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, atau bersosialisasi secara online.

Menurut Anggraini (2017) pada dasarnya pemasaran online adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet sesuai perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan website, tapi juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan diatas protokol internet. Bagi para penjual, menerapkan sistem seperti ini berarti memangkas pengeluaran yang bisa dikeluarkan dalam system lama. Seperti, jika pada system lama kita harus membuka cabang

baru demi melebarkan sayap bisnis, tidak dengan sistem online. Karena dengan system ini penjual dapat mengenalkan produknya melalui suatu web atau aplikasi.

Menurut Rahman et. al (2018) pemasaran online merupakan strategi proses distribusi, promosi dan penetapan harga, barang dan jasa pada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain. Pemasarn online yaitu kerja dari perusahaan untuk mengkomunitaskan sesuatu, mempromosikan dan menjual barang dan jasa melalui internet.

Dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran online adalah suatu tindakan pemasaran produk atau jasa yang dipasarkan melalui media internet atau online.

Menurut Rahmi et. al (2015) pemasaran online terdiri atas tiga indikator sebagai berikut :

a. Kemudahan

Dengan adanya pemasaran online konsumen dapat memesan produk kapan saja dan tidak perlu pergi ke toko untuk membeli produk yang diinginkan.

b. Informasi

Pelanggan dapat memperoleh banyak informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan persaingan tanpa meninggalkan segala kegiatan mereka. Konsumen pundapat memusatkan perhatiannya pada kriteria objek seperti harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan.

c. Rayuan dan bujukan yang lebih sedikit
 Dengan adanya pelayanan online , pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor emosional.

Kemudahan dan Manfaat

Menurut Rizal (2018) Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan system tidak diperlukan usaha apapun.

Menurut Monisa (2013) Kemudahan Penggunaan Mengacu pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasian.

Menurut Wibasuri et. al (2018) kemudahan adalah mengacu pada tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. Terdapat beberapa indikator dalam kemudahan kegunaan sebagai berikut:

- a) Mudah dipelajari
- b) Mudah dalam penelusuran
- c) Fleksibel dalam penelusuran
- d) Mudah untuk dioperasikan
- e) Tampilan jelas dan dapat dipahami

Menurut Wibasuri et.al (2018) manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Sedangkan menurut Monisa (2013) manfaat yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Terdapat beberapa indicator dalam manfaat sebagai berikut.

- a) Mengerjakan pekerjaan menjadi lebih mudah
- b) Meningkatkan kinerja
- c) Mudah menyelesaikan pekerjaan
- d) Meningkatkan produktifitas
- e) Meningkatkan efektivitas
- f) Aplikasi bermanfaat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini, tahapan awal yang dilakukan adalah menganalisa permasalahan yang dilakukan pada kegiatan UMKM Desa Danau Lamo, guna mengetahui solusi dalam merancang sistem Pemasaran UMKM.

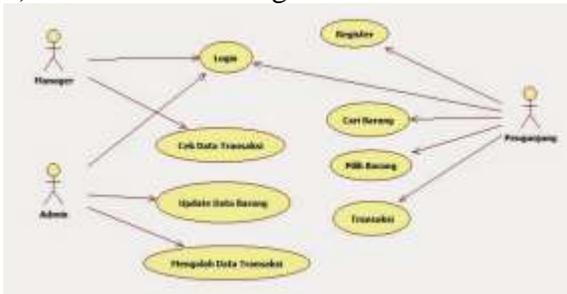
3.1 Sistem yang diusulkan

“Berdasarkan hasil analisis pada permasalahan diatas, pembahasan ini berisi tentang konsep, perancangan, hipotesis (bila ada), percobaan, data pengamatan, dan hasil dari data pengamatan data yang ada. Dalam membangun website ini, penulis membuat sistem jual beli online yang sama dengan toko online yang lain, mulai dari memilih barang hingga melakukan pembayaran. Penulis mengedepankantampilan website yang akan memudahkan konsumen dalam memilih

barang. Pada menu produk penulis membuat tampilan detail produk yang lengkap, gambar produk yang dapat dilihat dari berbagai sisi akan menambah referensi pembeli untuk memilih barang yang sesuai dengan selera dan karakter pembeli.

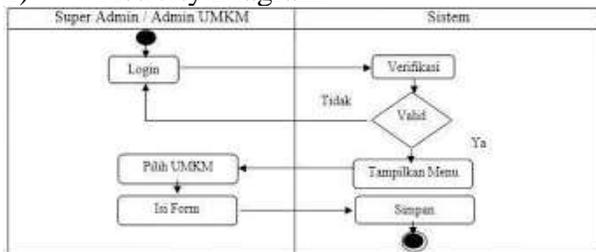
3.2 Perancangan Sistem

1) Use Case Diagram



“Gambar 3.1 Usecase Diagram UMKM Desa Danau Lamo

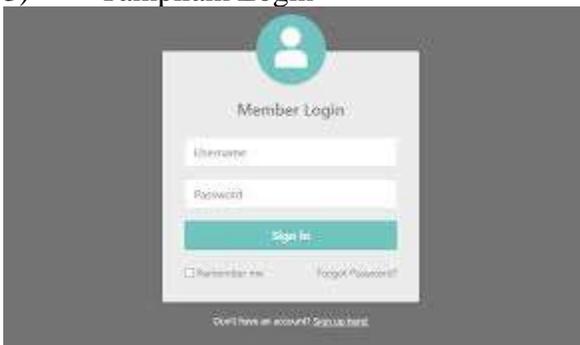
2) Activity Diagram



Gambar 3.2 Activity Diagram UMKM Desa Danau Lamo

3.3 Implementasi Antar Muka

3) Tampilan Login



Gambar 3.3 Tampilan Login UMKM Desa Danau Lamo

4) Tampilan Halaman Utama



Gambar 3.4 Tampilan Halaman Utama UMKM Desa Danau Lamo

5) Form Input Data



Gambar 3.5 Form Input Data UMKM Desa Danau Lamo

6) Tampilan Database

Table 2: SMEs and large enterprises: number of enterprises, employment, and value added in 2016 in the EU-20 non-financial business sector

| | Micro | Small | Medium | SME | Large | Total |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| Number of enterprises | | | | | | |
| In thousands | 22,252 | 1,592 | 225 | 23,049 | 45 | 23,894 |
| In % of total enterprise population | 93.0 % | 5.8 % | 0.9 % | 99.8 % | 0.2 % | 100.0 % |
| Number of persons employed | | | | | | |
| In thousands | 41,669 | 27,982 | 23,598 | 93,049 | 46,665 | 139,7141 |
| In % of total employment | 29.8 % | 20.0 % | 16.7 % | 66.6 % | 33.4 % | 100.0 % |
| Value added | | | | | | |
| In EUR Trillion | 1,482 | 1,260 | 1,288 | 4,030 | 3,065 | 7,095 |
| In % of total value added | 20.9 % | 17.8 % | 18.2 % | 56.8 % | 43.2 % | 100.0 % |

Gambar 3.6 Tampilan Database UMKM Desa Danau Lamo

7) Tampilan Laporan

| PT Lancar Sukses | |
|---|--------------|
| LAPORAN LABA RUGI | |
| Untuk tahun berakhir pada 31 Januari 2021 | |
| Pendapatan Fee | Rp55.000.000 |
| Biaya-biaya | |
| Biaya maintenance | Rp7.500.000 |
| Biaya gaji | Rp35.750.000 |
| Biaya administrasi | Rp7.700.000 |
| Biaya lain-lain | Rp5.000.000 |
| Total Biaya | Rp48.450.000 |
| Laba | Rp6.550.000 |

Gambar 3.7 Tampilan Laporan UMKM Desa Danau Lamo

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan:

1. Sistem informasi UMKM berbasis web aparatur Desa Danau Lamo dapat melakukan proses pendataan UMKM secara cepat, sehingga memberikan kemudahan bagi aparatur Desa Danau Lamo;
2. Pengolahan data UMKM yang terstruktur dengan baik, maka dapat memberikan kemudahan dalam mengambil keputusan sehingga kinerja UMKM di Desa Danau Lamo nantinya dapat meningkat.

Saran

Adapun saran dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Dijarankan untuk “UMKM Danau Lamo” untuk selalu update melakukan update produk pada website supaya konsumen tidak bosan untuk mengunjungi website tersebut.
2. Untuk melakukan penelitian ini diharapkan untuk mempersiapkan dukungan teknis berupa perangkat keras (Hardware) dan perangkat lunak (Software) secara penguasaan bahasa pemrograman supaya tidak menemui kesulitan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supriyanto. (2006). *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah(UMKM) sebagai Salah Satu Upaya penanggulangan Kemiskinan*. Jurnal Ekonomi Pendidikan, Vol.3 (1), hal 1-16.
- [2] “Thaha, FA. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2 (1), 147-153.”
- [3] Arief, M.Rudianto. 2011. *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan Php dan Mysql*. Yogyakarta: Andi.

- [4] Hidayat, Rahmat. (2010). *Cara Praktis Membangun Website Gratis: Pengertian Website*. Jakarta : PT Elex Media KomputindoKompas: Gramedia
- [5] Jacobs, Ian; Walsh, Norman (15 Desember 2004). *"URI/Resource Relationships". Architecture of the World Wide Web, Volume One*. World Wide Web Consortium. Diakses tanggal 30 Juni 2009. Madcoms. 2004. *Pengenalan Adobe Photoshop CS*. Yogyakarta : PenerbitAndi.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN