

Paper Jurnal/Prosiding

by Ratih Ayuninghemi

Submission date: 30-Dec-2022 12:09PM (UTC+0700)

Submission ID: 1987406562

File name: icle_Text-2449-1-10-20211130_-_Arvita_Agus_Kurniasari_POLIJE.pdf (254.55K)

Word count: 1705

Character count: 11457

PENINGKATAN KEMAMPUAN SISTEM PEMASARAN TERPADU MELALUI PENGEMBANGAN E-COMMERCE

Ratih Ayuninghemi¹⁾, Wenny Dhamayanthi²⁾, dan Bagus Putu Yudhia K.³⁾

¹⁾Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Jember, 68101

²⁾Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Jember, 68101

³⁾Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Jember, 68101

E-mail: ratihayuninghemi@polije.ac.id

Abstract

Mr. Jumairi's home cassava chip industry in Kemuning Lor Village, Arjasa District, Jember Regency, is one of the SMEs that produces cassava chips because of the abundance of these raw materials. Therefore, the natural potential is quite prospective for regional economic development at the village level. The purpose of community service activities is to help the community improve the economic standard of living of the community. The methods used in this activity include counseling and training methods. The program's target is the home industry of cassava chips owned by Mr. Jumairi, Kemuning Lor Village, Arjasa District, Jember Regency, with the support of the village government and village communities. The programs carried out include: adding a marketing network through online marketing with e-commerce applications; e-commerce training at Mr. Jumairi's home industry of cassava chips, covering e-commerce operations starting from introducing features on the website, entering product data and product descriptions, processing shopping lists entered in shopping carts and confirming payments.

Keywords: *cassava chips, integrated marketing system, e-commerce*

Abstrak

Home industri keripik singkong Pak Jumairi di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, merupakan salah satu UKM yang memiliki potensi keripik singkong karena keberadaan bahan baku tersebut yang sangat melimpah. Potensi alam yang cukup prospektif bagi pengembangan perekonomian wilayah di tingkat desa. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu membantu masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup ekonomi masyarakat. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi metode penyuluhan dan pelatihan. Sasaran program adalah home industri keripik singkong milik Pak Jumairi Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, dengan dukungan pemerintah desa dan masyarakat desa. Program yang dilakukan meliputi: menambah jaringan pemasaran, melalui pemasaran online dengan aplikasi e-commerce; pelatihan e-commerce di home industri keripik singkong Pak Jumairi, meliputi pengoperasian e-commerce mulai dari pengenalan fitur-fitur pada website, proses penginputan data produk beserta deskripsi produk, pemrosesan daftar belanja yang masuk pada shopping cart dan konfirmasi pembayaran.

Kata Kunci: *keripik singkong, sistem pemasaran terpadu, e-commerce*

PENDAHULUAN

Pemerintah Kabupaten Jember, yang menentukan pengembangan produk unggulan daerah, didasarkan pada kesesuaian dengan arah pembangunan Rencana Induk Strategis (RIS), fokus penguatan RIS dan kebijakan pembangunan dalam dokumen Rencana

Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Pengembangan produk yang unggul belum optimal karena umumnya tradisional dan memiliki banyak kendala, antara lain keterbatasan modal dan jangkauan pemasaran, rendahnya efisiensi produksi dan kualitas produk, serta kurangnya lembaga bisnis. Diversifikasi hasil yang unggul dapat dikembangkan karena, selain didukung oleh pasokan bahan baku yang luas, permintaan pasar dan nilai tambah juga sangat tinggi. Masalah lainnya adalah sumber daya manusia (SDM) yang rendah, terutama dalam menciptakan desain produk yang menarik, keterbatasan dalam kemitraan bisnis, cakupan modal, dan pemasaran, serta peralatan produksi yang tidak efisien (RPJMD, 2019).

Untuk menyebarkan sentra UKM/UMKM/Home Industries, pada tanggal 20 Februari 2020, Politeknik Negeri Jember menggandeng Desa Kemuning Lor sebagai Desa Binaan dan Desa Wisata melalui kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat untuk menyebarkan pusat UKM/UMKM/Home Industri. Kegiatan kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan pemberdayaan masyarakat dan kualitas pendidikan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta dunia industri di bidang pertanian, perkebunan, peternakan, manajemen, dan pariwisata.

Desa Kemuning Lor adalah sebuah desa yang terletak di daerah perbukitan dengan berbagai ketinggian kontur. Kontur di Desa Kemuning Lor sebesar 125,00 mdpl sebagai titik terendah dan 637,50 mdpl sebagai titik tertinggi. Ketinggian ini juga berkontribusi terhadap potensi daya tarik alam dalam menciptakan Desa Kemuning Lor yang santai dan nyaman. Perbedaan kontur yang signifikan ini juga memiliki dampak positif, yang memberikan nilai keindahan dan pengalaman yang berbeda (Sigit, 2018).

Dengan melihat kondisi geografis, demografi, dan ekonomi di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa, dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat adalah petani, dan potensi ekonomi yang unggul adalah di bidang pertanian. Namun, sumber pangan lokal di desa Kemuning Lor sangat beragam jumlahnya dan jumlahnya melimpah. Oleh karena itu, upaya pelepasan pangan berbasis sumber daya pangan lokal untuk memperkuat ketahanan pangan perlu dikembangkan (Engel et al., 2000). Beberapa komoditas alternatif yang prospektif untuk dikembangkan adalah singkong.

Permasalahan khalayak sasaran adalah kurangnya wawasan tentang penggunaan media elektronik atau internet sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran berbiaya

rendah. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk dari singkong sudah banyak dilakukan dan sudah dikenal oleh masyarakat. Namun karena permintaan konsumen sangat tinggi sementara sistem pemasaran masih sederhana, produk tersebut belum menjangkau banyak konsumen dan belum mampu memenuhi permintaan konsumen (Kotler & Keller, 2009). Melihat prospek pasar yang sangat baik adalah kesempatan bagi Pak Jumairi untuk mengembangkan bisnisnya. Untuk itu, diperlukan peningkatan teknologi pemasaran terintegrasi melalui aplikasi *e-commerce*, sehingga produk keripik singkong dapat memenuhi jangkauan pasar dan memenuhi permintaan konsumen.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu membantu masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup ekonomi masyarakat, baik dalam memberikan pelatihan kepada Pak Jumairi dalam pemasaran terpadu keripik singkong melalui aplikasi *e-commerce* yang dilakukan dan pendampingan menambah jaringan pasar, serta memberikan motivasi dan dorongan bagi Pak Jumairi sebagai mitra pengabdian dalam membantu keluarga meningkatkan pendapatannya.

METODE PENELITIAN

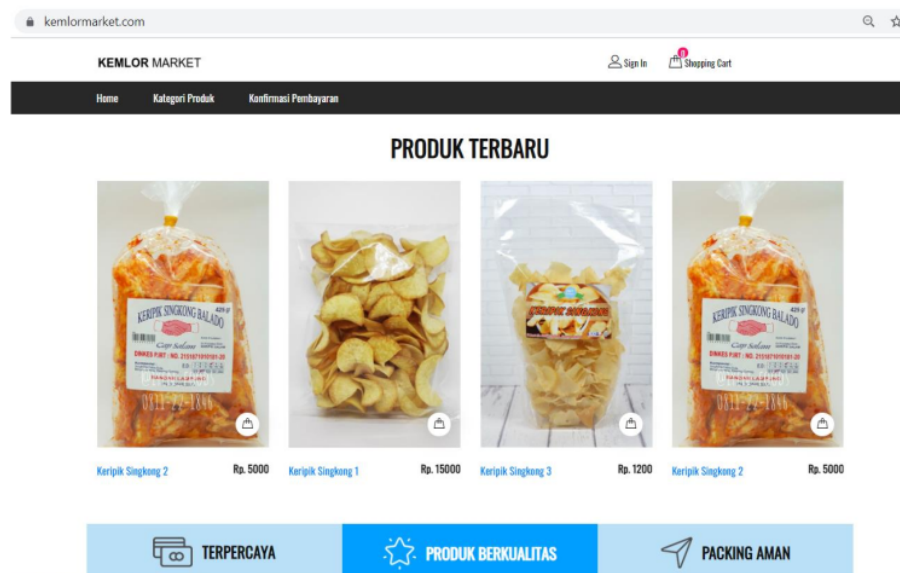
Metode pelaksanaan yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini, dengan metode atau teknik yang akan dilakukan seperti ceramah, diskusi, demonstrasi cara penggunaan dan cara operasional sistem pemasaran online *e-commerce*, serta demonstrasi hasil dalam upaya menunjukkan kepada khalayak sasaran tentang meningkatkan omzet penjualan keripik singkong dengan menggunakan sistem pemasaran online / *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi penerapan kegiatan pengabdian melibatkan pengusaha keripik singkong Jumairi sebagai mitra kegiatan, dimana pada setiap pelaksanaan kegiatan pengabdian mitra selalu berpartisipasi sebagai penyedia sarana dan prasarana sekaligus sebagai koordinator kegiatan penyuluhan maupun demonstrasi yang diikuti oleh mitra pengabdian. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dikemukakan mitra, maka materi kegiatan yang sesuai antara lain: penyuluhan pada mitra pengabdian terkait volume penjualan, tingkat pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar keripik singkong yang dihasilkan oleh Pak Jumairi dikarenakan sistem pemasaran yang masih sederhana;

pengadaan *website* pemasaran online dengan aplikasi *e-commerce*; pengenalan dan pelatihan pengoperasian *website* pemasaran online dengan aplikasi *e-commerce*.

Proses pengadaan *website* pemasaran online dengan aplikasi *e-commerce* melalui: Berdiskusi dengan tim IT untuk mendesign *website e-commerce* yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Dengan demikian tim IT akan mengatur fitur-fitur yang terdapat dalam *website*. Selama proses design dan pembuatan, tim pengabdian mengontrol pembuatan agar sesuai dengan kesepakatan antara tim IT dan tim pengabdian. Semua pembiayaan *website* tersebut sampai jadi dibebankan sepenuhnya kepada tim pengabdian. Setelah alat tersebut terbentuk sesuai dengan keinginan tim pengabdian, maka perlu dilakukan uji coba sampai fitur *website* sempurna sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar 1. *Website* Pemasaran Online *E-Commerce*

Setelah selesai pada proses pengadaan *website* pemasaran online dengan aplikasi *e-commerce*, serta beberapa kegiatan yang telah dilakukan adalah uji coba dan pelatihan pengoperasian *website* pemasaran online dengan aplikasi *e-commerce*. Alur sistem penjualan yang di desain menggunakan *website* kemlor market dengan beberapa fitur antara lain: Proses transaksi setelah pemilihan maka proses pembayaran dilakukan secara online juga akan tetapi konfirmasi pembayaran masih dilakukan secara manual

dengan mengunggah bukti transfer ke web kemplor market; Fitur utama kategori produk dan konfirmasi pembayaran, ada fitur tambahan juga untuk *sign in* dan *shopping cart*; Fitur kategori atau katalog produk yang dijual. Konsumen akan bisa melihat produk-produk apa saja yang terjual; Terdapat detil per produk yang terdiri yang jumlah produk yang yg akan dibeli dan tombol untuk menyimpan ke keranjang belanja atau *shopping cart*; Fitur yang menyimpan informasi tentang barang yang dipilih untuk dibeli. Sekali ada item baru yang kita masukkan ke dalam keranjang, maka sistem akan otomatis membuat daftar item-item tersebut; Fitur pembayaran melalui bank transfer merupakan metode pembayaran yg paling umum digunakan di Indonesia. Hanya dengan memiliki rekening bank, pembeli dapat membayar melalui transfer dan dapat langsung masuk ke dalam rekening kemplor market.

Selanjutnya, ragam evaluasi yang akan diterapkan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi evaluasi formatif, *on-going evaluation* dan evaluasi sumatif (*ex-post evaluation*). Evaluasi formatif adalah evaluasi yang dilaksanakan sebelum kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan. *on-going evaluation* adalah evaluasi yang dilaksanakan pada saat kegiatan Pengabdian Masyarakat sedang dilaksanakan. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan di dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat dibandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan. *ex-post evaluation* adalah kegiatan evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan Pengabdian Masyarakat selesai dilaksanakan.

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengevaluasi kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat responsibilitas Pak Jumairi, sebagai mitra kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam mengadopsi sistem pemasaran online / *e-commerce*.
- b. Tingkat pemahaman Pak Jumairi, sebagai mitra kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam mengoperasikan sistem pemasaran online / *e-commerce*.

SIMPULAN

Program pengabdian ini dapat memberikan solusi dan pandangan baru untuk mengatasi berbagai permasalahan dengan memberikan kegiatan-kegiatan penyadaran

kepada masyarakat dan secara khusus pada mitra pengabdian, guna dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Kegiatan pengabdian ini membantu masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup melalui berbagai kegiatan seperti, memberi pelatihan kepada pak Jumairi sebagai mitra pengabdian dalam pengoperasian *website* pemasaran online dengan aplikasi *E-Commerce* dan pendampingan membuka jaringan pasar, serta pemberian motivasi dan dorongan bagi Pak Jumairi sebagai mitra pengabdian dalam membantu keluarga meningkatkan pendapatannya.

Peningkatan kualitas hidup dalam usaha melalui berbagai kegiatan yang telah dilakukan diharapkan dapat terus dikembangkan dengan mengikuti perubahan-perubahan kemajuan teknologi produksi dan pemasaran yang semakin mengarahkan para pengusaha ke arah yang lebih milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2000). *Perilaku Konsumen* (Edisi Keen). Binarupa Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I. E). Erlangga.
- RPJMD, D. K. L. (2019). *Profil Desa/Kelurahan Kabupaten Jember*. Bapemas.
- Sigit. (2018). *Kawasan Rembangan*. Instagram.

Paper Jurnal/Prosiding

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

publikasi.polije.ac.id

Internet Source

8%

2

sipora.polije.ac.id

Internet Source

5%

3

www.cakrawalajournal.org

Internet Source

4%

4

anzdoc.com

Internet Source

2%

5

en.sirclo.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On