

Implementasi E-Commerce UMKM Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora untuk Meningkatkan Penjualan Produk

Implementation of MSME E-Commerce in Sambongrejo Villages, Tunjungan, Blora to Increase Products Sales

Yupie Kusumawati¹, Sudaryanto², Ibnu Utomo Wahyu Mulyono³, Ajib Susanto⁴

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

^{3,4}Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

e-mail: ¹yupie@dsn.dinus.ac.id, ²sudaryanto@dsn.dinus.ac.id, ³ibnu.utomo.wm@dsn.dinus.ac.id,
⁴ajib.susanto@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Masa pandemi Covid-19 atau virus Corona telah mengakibatkan sebagian besar kegiatan usaha masyarakat di berbagai negara termasuk di Indonesia terjadi kemunduran. Perekonomian masyarakat dan pelaku usaha mengalami kelesuan sejak munculnya wabah virus yang menyebar begitu cepat. Berbagai produk yang dimiliki desa kadang belum dikenal oleh masyarakat luas, baik jenisnya, penjualannya yang masih lokal, belum memanfaatkan media online untuk pemasaran dan penjualan. E-Commerce untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) desa diberi nama E-Sambongrejo menerapkan proses Plan, Do, Check and Act (PDCA) dengan tahap kegiatan yaitu perencanaan, pengerjaan aplikasi, evaluasi kegiatan dan tindak lanjut evaluasi kegiatan. Hasil implementasi yaitu terwujudnya aplikasi E-Sambongrejo berbasis web yang digunakan untuk melakukan pemasaran dan penjualan produk desa secara online. Dengan adanya E-Sambongrejo dapat dimanfaatkan UMKM desa Sambongrejo sebagai tempat di dunia maya untuk menjadi alternatif pemasaran dan penjualan UMKM produk desa yang dapat menjangkau lebih luas pemasaran dan penjualan yang sudah berjalan.

Kata kunci: *E-Commerce, UMKM Desa, Penjualan, Pemasaran, Produk Desa*

Abstract

The Covid-19 pandemic or the Corona virus has caused most of the business activities of the community in various countries including Indonesia to decline. The economy of the community and business actors has experienced a sluggishness since the emergence of the virus outbreak that spread so quickly. The various products owned by the village are sometimes not known by the wider community, both types, sales are still local, have not used online media for marketing and sales. E-Commerce for village micro, small and medium enterprises (MSMEs) named E-Sambongrejo implements the Plan, Do, Check and Act (PDCA) process with the activity stages, namely planning, application processing, activity evaluation and follow-up activity evaluation. The result of the implementation is the realization of a web-based E-Sambongrejo application that is used to market and sell village products online. With the existence of E-Sambongrejo, MSMEs in Sambongrejo village can use it as a place in cyberspace to become an alternative marketing and sales of MSME village products that can reach a wider range of marketing and sales that are already running.

Keywords: *E-Commerce, Village MSMEs, Sales, Marketing, Village Products*

1. PENDAHULUAN

Masa pandemi Covid-19 atau virus Corona telah mengakibatkan sebagian besar kegiatan usaha masyarakat di berbagai negara termasuk di Indonesia terjadi kemunduran. Perekonomian masyarakat dan pelaku usaha mengalami kelesuan sejak munculnya wabah virus yang menyebar begitu cepat[1].

Bahkan, di berbagai sektor usaha yang mengalami dampak mengharuskan merumahkan sebagian atau bahkan seluruh karyawannya disebabkan sudah tidak mampu lagi membayar upah atau gaji akibat menurunnya kegiatan dunia usaha, yang utama dikalangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), perempuan dan kelompok pemuda yang belum maksimal apalagi di daerah pedesaan[1].

UMKM sebagaimana diamanatkan undang-undang mempunyai tujuan dalam pembangunan perekonomian nasional[2] yang bermuara pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain di daerah kota, UMKM desa dipandang memiliki prospek yang baik untuk ke depannya. Bahkan, pemerintah terus selalu mendorong UMKM di daerah pedesaan agar dapat lebih maju dan bersaing dengan berbagai jenis usaha yang lain dalam dunia internasional.

Sektor pedesaan saat ini adalah satu sektor yang menjadi perhatian pemerintah dimana disediakan anggaran desa 10% dari total APBN yang terdapat di dalam undang-undang Desa No.6 Tahun 2014[3]. Pemberian dana desa di Provinsi Jawa Tengah implementasinya desa mendapatkan 1 Milyar lebih dari tiap desanya[4], hal ini jika dimanfaatkan dengan baik dan benar akan dapat meningkatkan produktivitas warga desa dalam memproduksi hasil UMKM desa sehingga mampu meningkatkan perekonomian yang selanjutnya hasil UMKM desa dapat dipromosikan dan dijual melalui suatu media *online* yaitu *e-commerce* ataupun *marketplace*.

Saat ini desa bukan lagi menjadi objek dalam konsep pembangunan, akan tetapi sudah menjadi target dan subyek pembangunan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah memberikan kewenangan kepada desa dalam mengelola dan mengatur kegiatan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat yang dilandasi prakarsa masyarakat, hak-hak asal usul, nilai-nilai sosial budaya masyarakat desa dan adat istiadat desa [5].

Electronic Commerce (EC) merupakan konsep suatu proses kegiatan yang mencakup pembelian, penjualan dan pertukaran produk, layanan dan informasi melalui jaringan komputer yaitu internet[6]. *E-commerce* salah satu cara dalam melakukan aktivitas perekonomian menggunakan infrastruktur internet dengan jangkauan yang tak terbatas dan sangat luas. Seperti internet, kapanpun, dimanapun dan dengan siapapun mampu melakukan berbagai aktivitas apapun termasuk di dalamnya aktivitas ekonomi sehingga *e-commerce* ini memiliki penerapan yang sangat luas[7].

Pengguna internet di Indonesia berdasarkan survey dari WeAreSocial[8] sejumlah 202.6 juta atau 73.7% dari jumlah penduduk Indonesia, sedangkan untuk koneksi *mobile* 345,3 juta atau 125.6% dari jumlah penduduk, sedangkan yang aktif di media sosial adalah 170 juta atau 61,8% dari jumlah penduduk Indonesia[9]. Aktivitas *e-commerce* pada masa pandemic Covid-19 ini sangat meningkat dengan prosentase 93% dari pengguna internet umur 16-64 tahun mencari dan membeli produk secara online dengan prosentase pembelian 87,1%[8][9]. Dari data di atas menunjukkan saat ini adalah sangat besar sekali peluang untuk melakukan proses promosi dan penjualan secara online melalui media internet baik dengan membangun web *e-commerce*, memanfaatkan berbagai *platform marketplace* maupun media sosial.

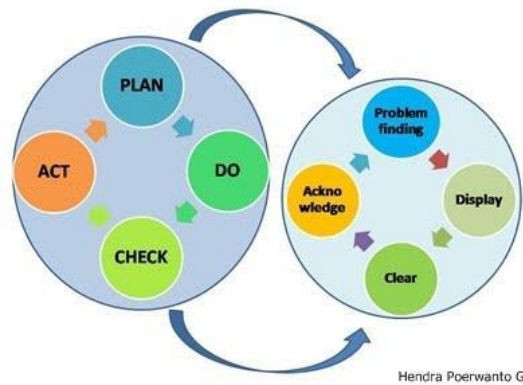
Desa Sambongrejo, Kecamatan Tunjungan, Kabupaten Blora merupakan desa yang terdaftar sebagai desa merah di Kabupaten Blora yang merupakan desa penempatan sarjana dalam Program Pengembangan Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) tahun 2021 dimana tugas utama melakukan pendampingan usaha anak-anak muda dalam membangun usaha, membimbing, dan mendukung pembentukan usaha kelompok pemuda untuk mandiri, termasuk di dalamnya membantu Desa Sambongrejo dalam mewujudkan *e-commerce* UMKM desa untuk memasarkan dan menjual barang yang sudah dihasilkan oleh warga desa.

Berbagai produk yang dimiliki desa kadang belum dikenal oleh masyarakat luas, baik jenisnya, penjualannya yang masih lokal yaitu ke pasar maupun agen/took yang masih seputar

desa atau paling luas dalam satu kabupaten/kota, belum memanfaatkan media online untuk pemasaran dan penjualan. UMKM desa selain permasalahan modal kerja[10] tentunya adalah belum dikelola secara maksimal dan belum optimal[11] dalam melakukan pemasaran dan penjualan hasil UMKM di desa, sehingga kebutuhan akan media yang mampu mengatasi hal tersebut sangat diharapkan, solusi dari permasalahan tersebut salah satunya adalah membangun website *e-commerce* bagi pelaku UMKM desa.

2. METODE PELAKSANAAN

Implementasi E-Commerce mengadopsi model tahapan *Plan, Do, Check and Act (PDCA)* [11][12][4] dengan urutan kegiatan sebagai berikut :



Gambar 1. Model PDAC

Proses dari tahapan PDAC pada Gambar 1 di atas adalah :

1. P (*Plan* = Perencanaan)

Merumuskan tujuan pembuatan E-Commerce dan merumuskan tahap kegiatan pelaksanaan. Kegiatan yang dilakukan seperti identifikasi kebutuhan pengguna, membuat rancangan E-Commerce, sosialisasi rangkaian kegiatan dan mengumpulkan bahan serta kebutuhan.

2. D (*Do* = Kerjakan)

Mulai membangun E-Commerce dari halaman administrasi pengelola dan halaman konsumen/pembeli, memulai mengunggah produk/barang, mencoba konsumen bertransaksi melakukan pembelian barang dan admin melihat perubahan dihalaman administrator, dan mengunggah E-Commerce yang sudah sesuai dan berjalan baik, kemudian dapat diuji kembali berbagai fitur di pelanggan maupun di halaman admin.

3. C (*Check* = Evaluasi)

Melakukan evaluasi berkala pada E-Commerce, menyusun laporan, melakukan analisa dan menyusun umpan balik dari pelanggan untuk memperbaiki dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4. A (*Act* = Menindaklanjuti)

Melaksanakan hasil rekomendasi perbaikan atau perubahan yang sesuai kebutuhan untuk melengkapi dan penyempurnaan dari E-Commerce, sampai menjadi sistem yang sesuai dan *user-friendly*.

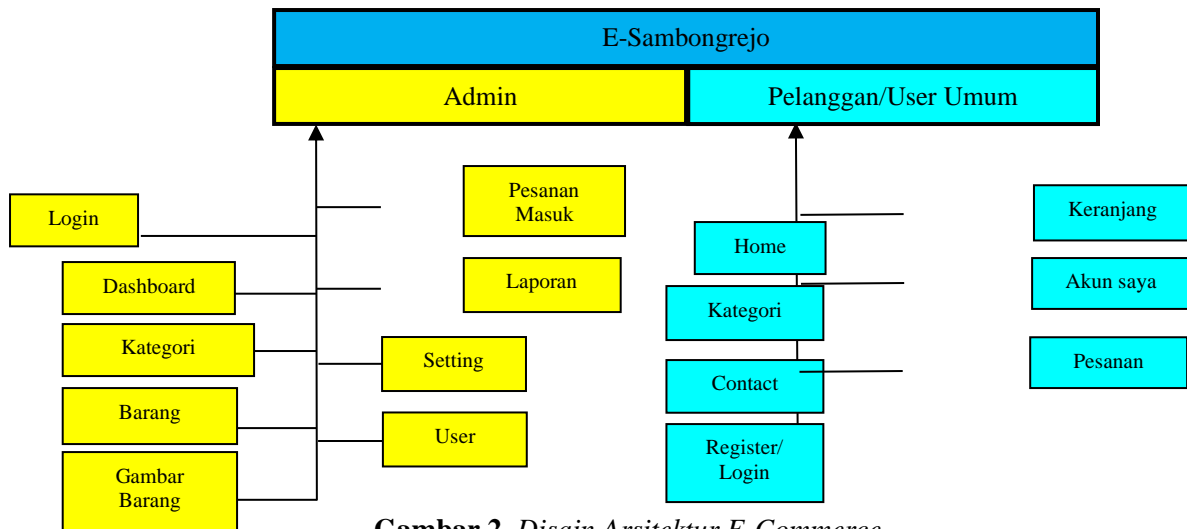
3. HASIL PELAKSANAAN

Implementasi web E-Commerce untuk Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora dilaksanakan merujuk pada konsep model PDCA.

3.1. Perencanaan

Implementasi E-Commerce UMKM Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora untuk Meningkatkan Penjualan Produk

Menyusun rencana kebutuhan pembuatan E-Commerce untuk UMKM desa dengan pendampingan dari peserta program Pengembangan, Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) Provinsi Jawa Tengah tahun 2021, Gambar 2 berikut adalah perancangan arsitektur E-Commerce yang dibutuhkan.

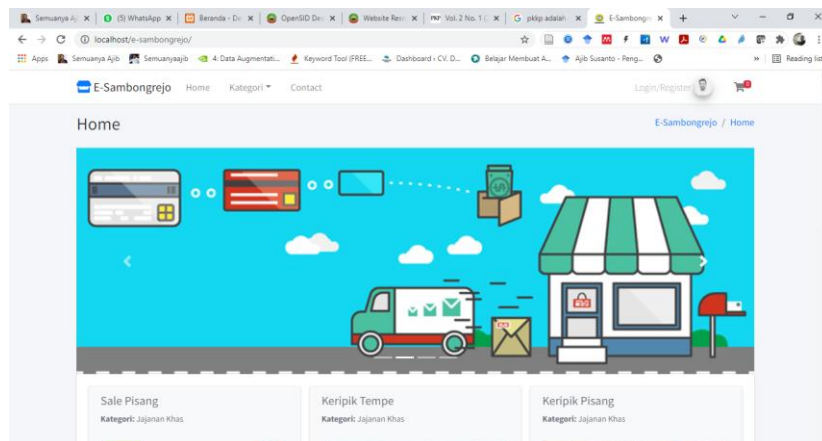


Gambar 2. Disain Arsitektur E-Commerce

Gambar 2 merupakan fitur yang dibuat untuk E-Commerce desa Sambongrejo untuk pelanggan dan pengunjung serta pengguna untuk pengelola E-Commerce.

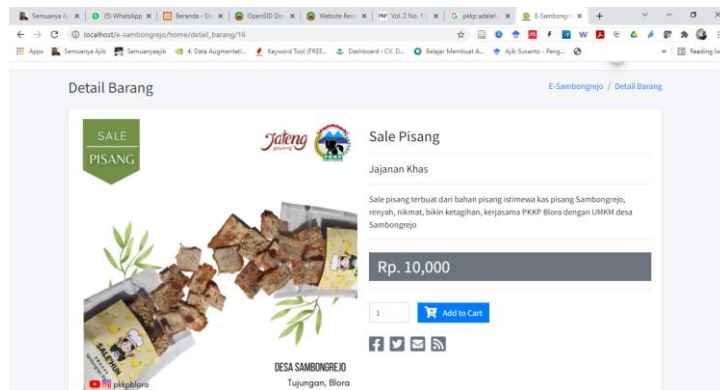
3.2. Kerjakan

Hasil pembuatan dari web E-Commerce, setelah proses ujicoba selesai dilakukan proses mengunggah di domain dan hosting yang telah disediakan, pada Gambar 3 berikut ini tampilan halaman depan E-Commerce.



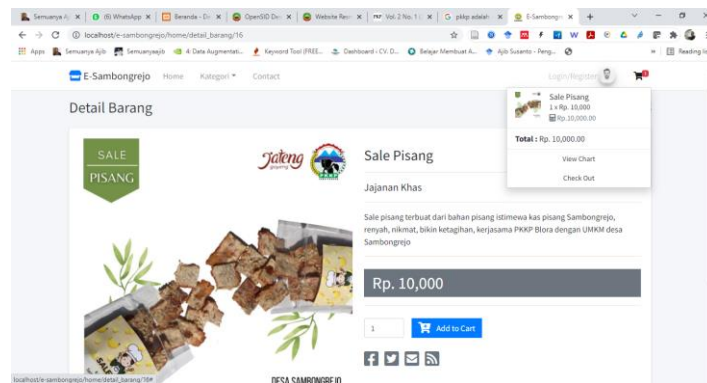
Gambar 3. Halaman Depan E-Coomerce

Gambar 3 di atas halaman utama web E-Commerce dengan opsi tautan ada home, kategori, contact, register/login, dan icon keranjang belanja dan menampilkan produk-produk yang ditawarkan ke pelanggan. Para pengunjung dapat langsung mencoba tautan yang ada dan juga dapat langsung bertransaksi sesuai barang yang diinginkan.



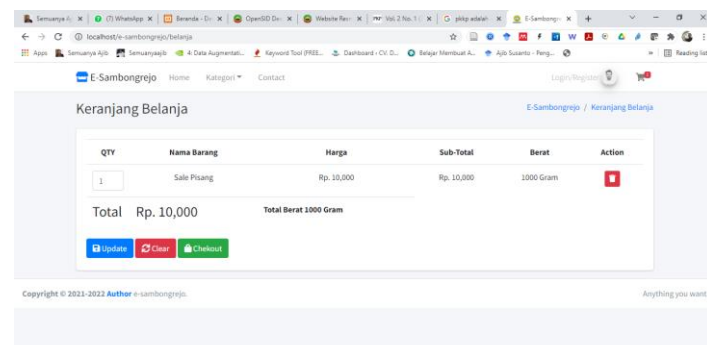
Gambar 4. Halaman Detail Barang

Gambar 4 memberikan informasi detail barang yang termasuk di dalamnya deskripsi barang, harga barang, gambar barang dan tombol *add to cart* untuk melakukan transaksi, akan tetapi jika belum *login* pengguna diwajibkan untuk *login* dengan user dan password yang sudah didaftarkan sebelumnya, pengguna juga dapat merekomendasikan dengan membagikan detail barang ke beberapa *platform* media sosial.



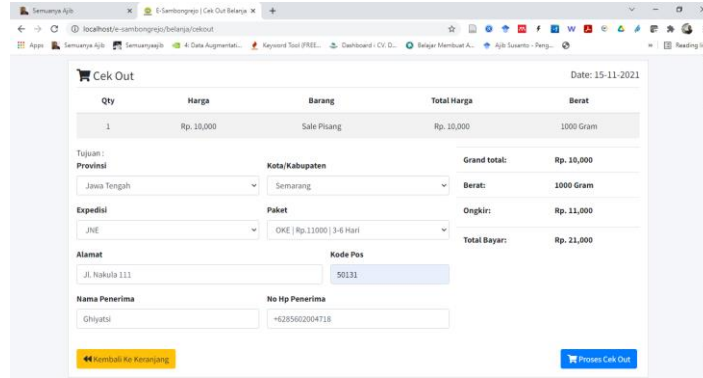
Gambar 5. Informasi Keranjang Belanja

Setelah mengklik tombol *add to cart* terlihat di Gambar 5 maka barang yang dipilih masuk ke keranjang belanja yang dapat dilihat di pojok kanan atas halaman web, apabila ikon keranjang diklik akan menampilkan daftar pesanan yang sudah dilakukan, terlihat di Gambar 6 di bawah ini.



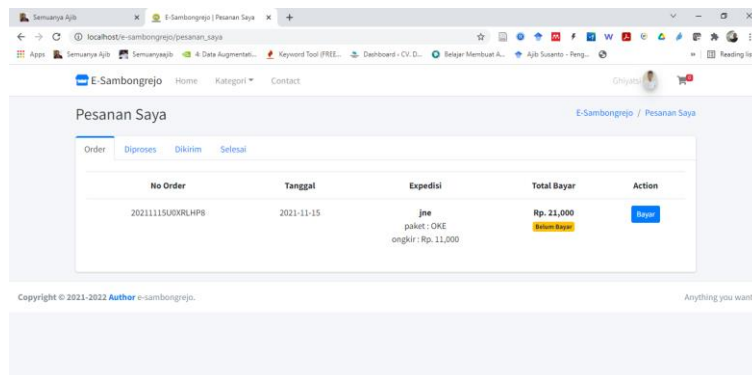
Gambar 6. Halaman Daftar Belanja

Implementasi E-Commerce UMKM Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora untuk Meningkatkan Penjualan Produk

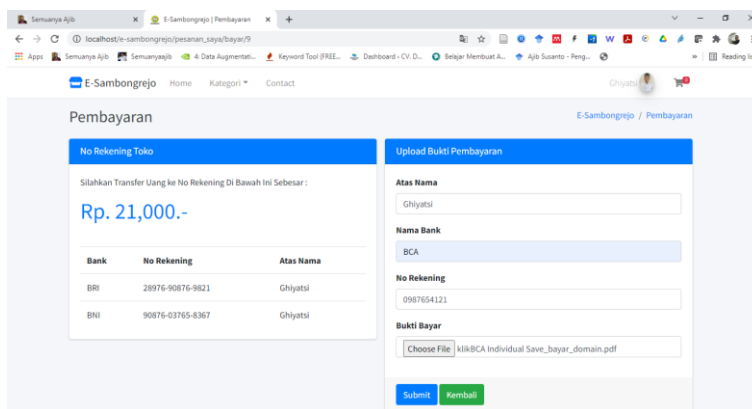


Gambar 7. Halaman Checkout

Proses *checkout* untuk pemesanan barang terlihat pada Gambar 7, konsumen dapat mengisi tujuan pengiriman, nama dan alamat pengiriman, nama ekspedisi serta jenis paket yang tersedia sehingga didapatkan biaya pengiriman dan total pembayaran, selanjutnya dapat menyelesaikan transaksi dengan meng-klik tombol *checkout*. Kemudian ditampilkan halaman pesanan dengan status belum bayar, terlihat seperti Gambar 8 dimana ada beberapa tab untuk status pesanan yaitu order, diproses, dikirim dan selesai.

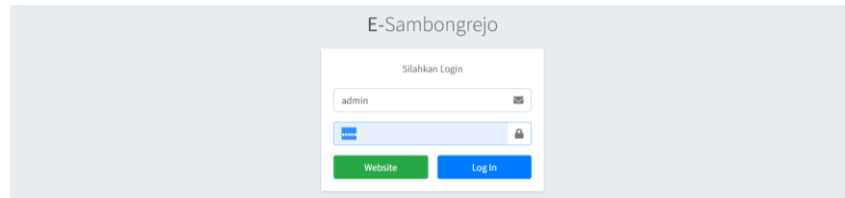


Gambar 8. Halaman Pesanan Pelanggan



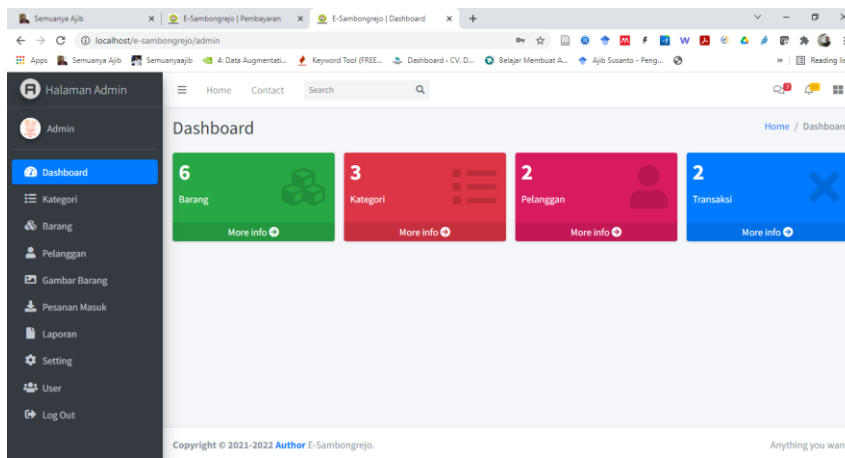
Gambar 9. Halaman Pembayaran

Pada Gambar 9 adalah tampilan untuk konfirmasi pembayaran pelanggan dengan melengkapi isian nama akun pemilik rekening, nama bank, nomor rekening dan unggah bukti transfer.



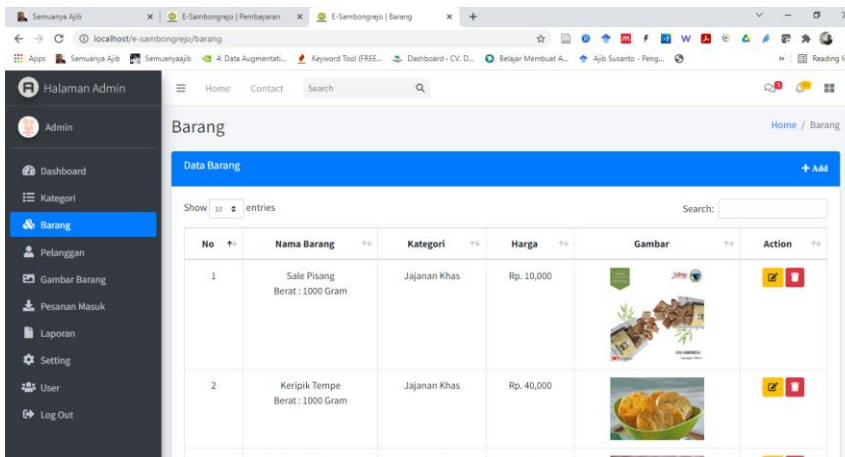
Gambar 10. Halaman Login E-Commerce

Gambar 10 halaman pengelola *E-Commerce* yang digunakan untuk melakukan administrasi dan pengelolaan baik data produk, pemesanan, laporan, pengguna serta berbagai fitur lain yang dilakukan oleh pemilik *E-Commerce*.



Gambar 11. Halaman Dashboard Utama Admin

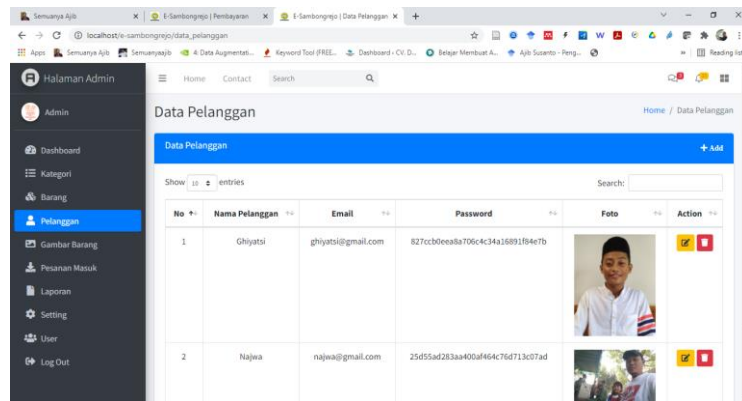
Gambar 11 menunjukkan halaman *dashboard* terdapat informasi utama tentang barang, kategori, pelanggan dan jumlah transaksi yang sudah masuk.



Gambar 11. Halaman Mengelola Barang

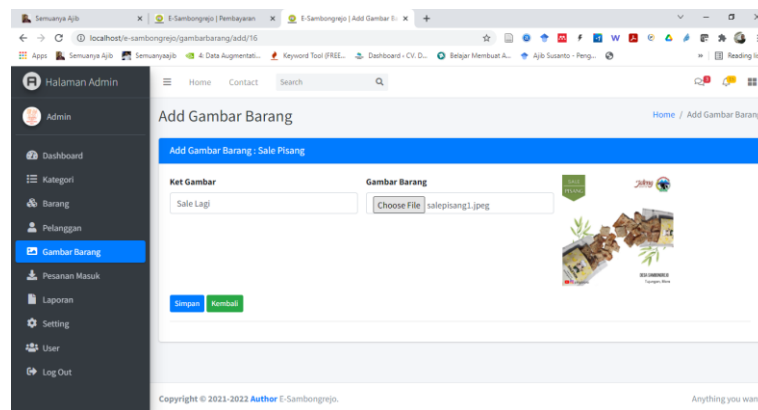
Dari Gambar 11 terlihat daftar barang dimana admin dapat melakukan penambahan, mengubah dan menghapus barang yang sudah tidak ada.

Implementasi E-Commerce UMKM Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora untuk Meningkatkan Penjualan Produk



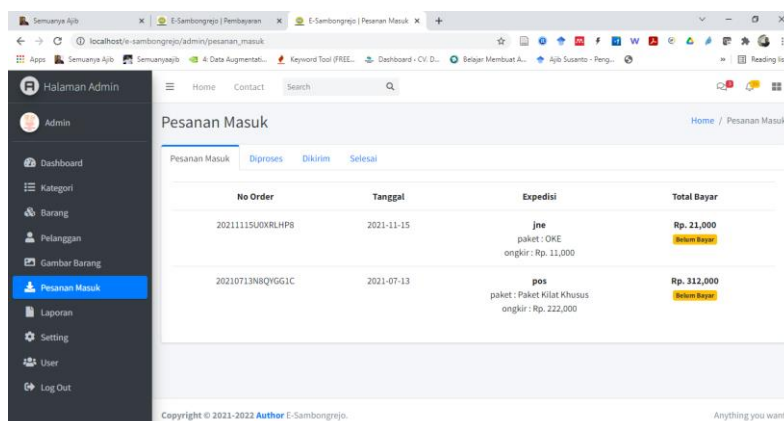
Gambar 12. *Halaman Pesanan Masuk*

Pengelolaan data pelanggan yang sudah terdaftar terlihat di Gambar 12, pengelola dapat mengubah dan menghapus akun yang tidak terpakai.



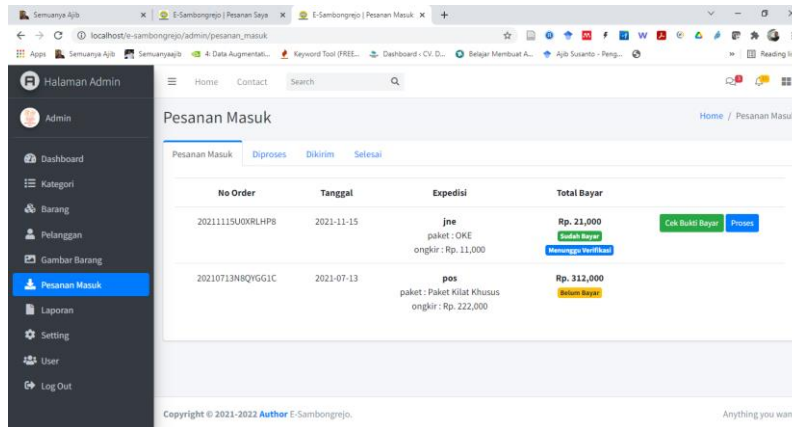
Gambar 13. *Halaman Tambah Gambar Barang*

Pengelola juga dapat melakukan penambahan jumlah gambar dari masing-masing barang yang sudah diunggah seperti terlihat di Gambar 13 sehingga menambah koleksi gambar barang yang dapat untuk menarik pengunjung web maupun pelanggan yang akan melakukan transaksi pembelian.

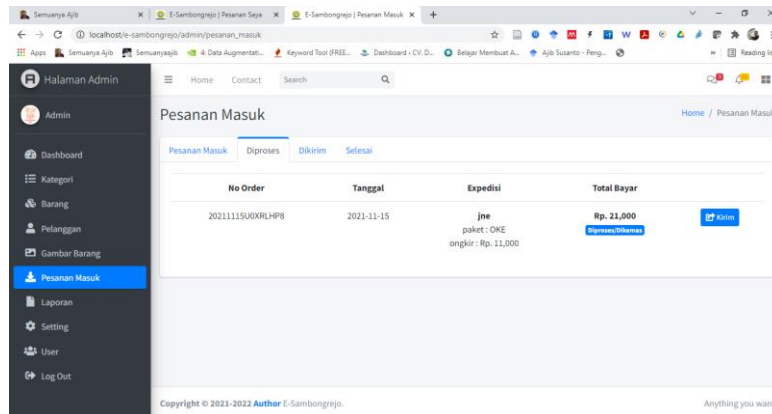


Gambar 14. *Halaman Pemesanan Barang*

Pada Gambar 14 tampilan daftar pesanan baru masuk dengan kontrol status pesanan belum bayar, jika sudah dibayar dihalaman ini akan berubah seperti Gambar 15 terdapat informasi sudah bayar dan tombol proses sehingga status berubah menjadi sedang diproses.

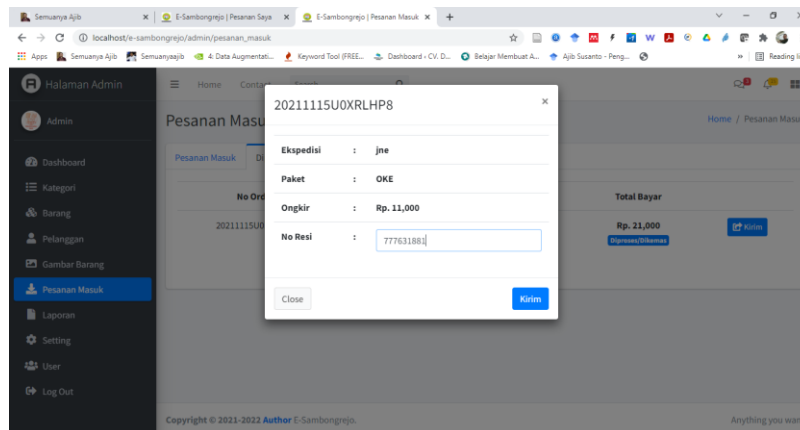


Gambar 15. Halaman Pemesanan sudah dibayar



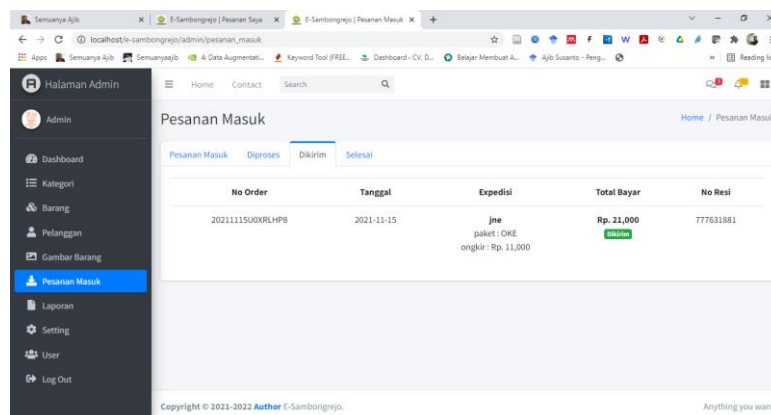
Gambar 16. Halaman Pemesanan Barang diproses

Gambar 16 tampilan daftar pesanan dengan kontrol status pesanan diproses karena sudah melakukan pembayaran dan bukti sudah dicek, kemudian admin dapat melakukan proses kirim dengan memasukkan nomor resi seperti Gambar 17, kemudian meng-klik tombol kirim sehingga status berubah menjadi sedang dikirim.



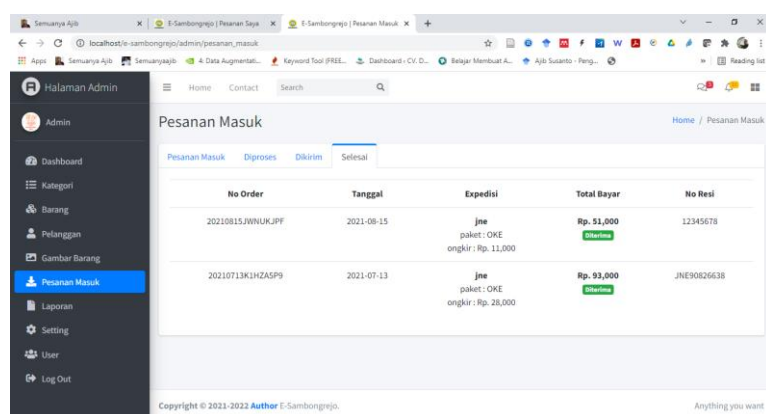
Gambar 17. Halaman Input No Resi

Implementasi E-Commerce UMKM Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora untuk Meningkatkan Penjualan Produk

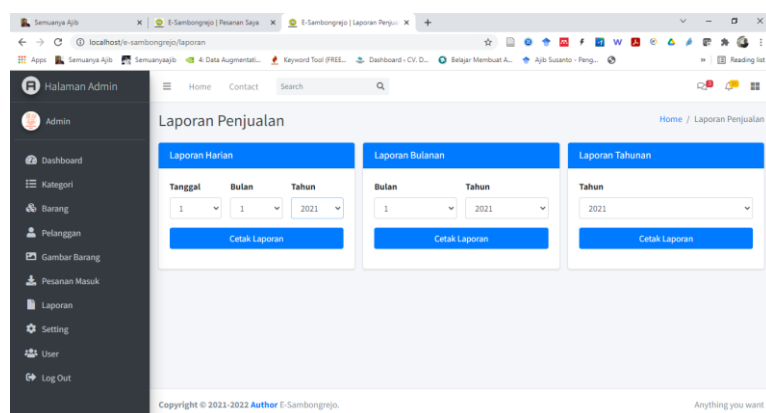


Gambar 18. Halaman Pemesanan Barang dikirim

Pada Gambar 18 di atas menunjukkan proses pemesanan sudah pada tahap pengiriman, apabila pengiriman barang sudah sampai ke pelanggan dan pelanggan melakukan verifikasi barang diterima dan sudah sesuai maka otomatis status pemesanan berubah menjadi sudah selesai terlihat seperti Gambar 19 di bawah.

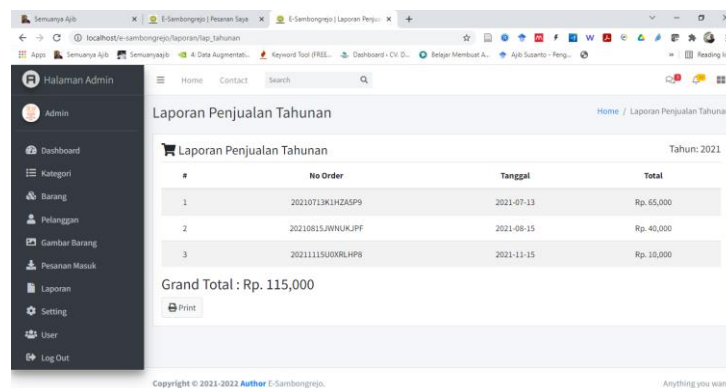


Gambar 19. Halaman Pemesanan Barang Selesai



Gambar 20. Halaman Laporan Pesanan

Gambar 20 merupakan halaman laporan untuk pengelola, laporan dapat ditampilkan dan dicetak setiap periode harian, bulanan dan tahunan. Pada Gambar 21 berikut adalah contoh laporan penjualan tahunan yang sudah masuk di sistem dan merupakan pemesanan yang statusnya selesai.



The screenshot shows a web application interface for an admin. The main content area displays a report titled 'Laporan Penjualan Tahunan' for the year 2021. The report contains a table with the following data:

#	No Order	Tanggal	Total
1	20210713K1HZASP9	2021-07-13	Rp. 65,000
2	20210815JWNUKJPF	2021-08-15	Rp. 40,000
3	20211115U0XRLHPS	2021-11-15	Rp. 10,000

Below the table, the 'Grand Total' is listed as Rp. 115,000. There is a 'Print' button and a copyright notice at the bottom: 'Copyright © 2021-2022 Author E-Sambongrejo. Anything you want'.

Gambar 21. Halaman Detail Laporan

Dari hasil implementasi E-Commerce dilakukan ujicoba dengan berbagai pengguna baik sebagai admin dan pengguna umum, kemudian dibuatkan video tutorial dan tutorial tertulis serta pendampingan dalam mengelola web E-Commerce.

3.3. Evaluasi

Tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah evaluasi dan memantau web *E-Commerce* dengan beberapa Tindakan yang dilakukan :

- Menanggapi masukan dari pengguna *E-Commerce*.
- Memantau jumlah pengunjung web dan jumlah pesanan masuk untuk mengetahui perkembangan penjualan.
- Menganalisa dan membuat tindakan lebih lanjut dari umpan balik pelanggan atau pengguna agar *E-Commerce* lebih mudah penggunaannya sesuai kebutuhan pelanggan atau pengguna.

4. KESIMPULAN

Dari hasil implementasi *E-Commerce* untuk UMKM Desa Sambongrejo, Tunjungan, Blora dapat diambil kesimpulan berikut ini :

- Terwujudnya *E-Commerce* sebagai wadah alternatif penjualan barang UMKM desa secara *online* yang mampu meningkatkan penjualan barang dalam mendukung penjualan secara langsung atau *offline*.
- E-Commerce* desa dapat digunakan sebagai media promosi desa dan hasil produk desa ke dalam jangkauan yang lebih luas dengan kemudahan dan kecepatan penyampaian informasi desa dan produk tanpa batas waktu dan jangkauan.

5. SARAN

Sebagai lanjutan kegiatan pengabdian kepada masyarakat perlu dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan desain kemasan dan *digital marketing* sebagai upaya penguatan kegiatan promosi dan penjualan *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. A. D. Nasution, E. Erlina, and I. Muda, "Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia," *J. Benefita*, vol. 5, no. 2, p. 212, 2020.

- [2] Arif Ferdian, “Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Melalui Pengembangan Usaha Kecil Menengah Oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian Dan Ukm Di Desa Pompaniki,” *J. I La Galigo Public Adm. J.*, pp. 60–66, 2008.
- [3] L. Lisnawati and S. Lestari, “Analisis faktor pembangunan desa dalam pengembangan desa mandiri berkelanjutan pada Desa Bunghu Aceh Besar,” *Publisia J. Ilmu Adm. Publik*, vol. 4, no. 2, 2019.
- [4] A. Susanto *et al.*, “Implementasi Sistem Informasi Desa (SID) untuk Peningkatan Layanan dan Keterbukaan Informasi di Desa,” vol. 4, no. 2, pp. 38–47, 2021.
- [5] Kemenkeu, “Buku Saku Dana Desa,” *Kementerian. Keuang. Republik Indones.*, pp. 1–97, 2017.
- [6] E. Turban, J. K. Lee, D. C. Turban, D. King, and T.-P. Liang, *Electronic Commerce*, 8th ed., vol. 29, no. 3. New York: Springer, 2015.
- [7] A. Susanto, Wijanarto, and I. Utomo WM, “Rekayasa E-Market untuk Kelompok Usaha Pemuda Binaan Dinas Pemuda Dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Produk UMKM,” pp. 251–258, 2014.
- [8] Simon Kemp, “Digital 2021 Indonesia.” We Are Social & Hootsuite, 2021.
- [9] A. Susanto, *IT untuk Pembangunan Desa*. 2021.
- [10] A. Fidela, A. Pratama, and T. Nursyamsiah, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu , Kabupaten Sumedang Development Of Micro Small and Medium Enterprises (Smes) With The Marketing Program Of Guava Village In Jambu Village , Sume,” *J. Pus. Inov. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 493–498, 2020.
- [11] A. Susanto, C. A. Sari, D. R. I. Moses, E. H. Rachmawanto, and I. Utomo, “Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online,” *J. Pengabd. Masy. - LPPM Univ. Dian Nuswantoro Semarang*, vol. 3, no. 1, pp. 42–51, 2020.
- [12] I. U. Wahyu Mulyono, A. Susanto, E. H. Rachmawanto, C. A. Sari, and D. R. I. M. Setiadi, “Implementasi E-Learning Menggunakan Edmodo bagi Guru-Guru SD Kecamatan Cawas, Klaten,” vol. 3, no. 1, pp. 56–64, 2020.