

Lapakgue.co : E-Commerce bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Komunitas Tangerang Punya GUE

Sri Rahayu¹⁾, Euis Siti Nur Aisyah²⁾, Rivka Farizi³⁾

AMIK Raharja Informatika

Jl. Jend. Sudirman No. 40 Kota Tangerang, telp: 021-5529692

e-mail: sriahayu@raharja.info, euis@raharja.info, rivka@raharja.info.

Abstrak

Komunitas Tangerang Punya GUE (TPG) merupakan komunitas yang meliputi 3 wilayah yaitu Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang Selatan. Lahir pada tahun 2009 melalui grup online di media sosial facebook, saat ini Komunitas TPG sangat aktif mengadakan kegiatan bidang sosial dan ekonomi, diantaranya di bidang sosial mengadakan kegiatan bakti sosial santunan anak yatim, peduli bencana kemanusiaan, donor darah, kejuaraan futsal, tour komunitas, pelatihan organisasi, dan lain-lain. Di bidang ekonomi, para pelaku UMKM di komunitas TPG aktif mengikuti berbagai kegiatan bazar untuk mengenalkan produk-produk komunitas kepada masyarakat luas. Beberapa permasalahan yang telah diidentifikasi pada kegiatan pelaku UMKM diantaranya metode pemasaran yang dilakukan masih terbatas melalui kegiatan bazar-bazar, sehingga banyak masyarakat Tangerang yang belum mengetahui produk-produk anggota komunitas khususnya produk khas Tangerang, para penggiat UMKM komunitas TPG juga belum menggunakan teknologi internet secara optimal, mereka menggunakan internet sebatas untuk melakukan promosi melalui media sosial, diantaranya facebook dan instagram. Oleh karenanya tim PKM berupaya memberikan solusi dengan merancang situs lapakgue.co dengan memanfaatkan teknologi e-commerce, sebagai sarana untuk promosi UMKM dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan UMKM tersebut. Perancangan website e-commerce dibangun mulai dari tahap perencanaan, tahap analisis kebutuhan, tahap rancangan yang terdiri dari rancangan sistem, rancangan database, pembuatan website, hosting, serta tahap pengujian dan implementasi. Pada program PKM ini akan menghasilkan luaran berupa website e-commerce yang akan diberi nama domain lapakgue.co.

Kata kunci: E-Commerce, UMKM, lapakgue.co, Komunitas Tangerang Punya GUE.

1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama dengan hadirnya e-commerce atau perdagangan elektronik sebagai bagian dari e-business. E-Commerce sebagai “suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to- C)”. [1] Para pelaku usaha saat ini sangat menggemari media internet untuk memasarkan produknya kepada konsumen, karena menghemat biaya pemasaran dan prosesnya mudah, serta daya jangkauannya sangat luas.

Komunitas Tangerang Punya GUE (TPG) yang lahir pada tahun 2009 melalui grup online di media sosial facebook merupakan komunitas yang meliputi wilayah yaitu Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Komunitas ini memiliki berbagai kegiatan diantaranya adalah kegiatan rutin kopi darat, bakti sosial santunan anak yatim, peduli bencana kemanusiaan, donor darah, kejuaraan futsal, tour komunitas, pelatihan organisasi, dan lain-lain. Namun melihat perkembangan, banyak anggota komunitas TPG yang bergerak di dunia usaha yaitu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), diantaranya usaha kaos karakter khas Tangerang, usaha makanan khas daerah, usaha rumah makan, usaha perlengkapan rumah tangga, usaha fotografi, dan lain-lain. Maka tahun 2016 ini komunitas TPG mulai mengembangkan kegiatannya untuk meningkatkan potensi dari para anggota yang bergerak di dunia usaha.

Pengembangan kegiatan komunitas TPG dalam bidang UMKM adalah dengan mengikuti berbagai kegiatan bazar yang diselenggarakan oleh institusi pemerintahan, diantaranya bazar aksi sinergi

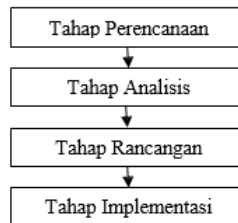
untuk ekonomi kerakyatan, bazar festival muharam, dan bazar festival folklore. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan produk-produk komunitas kepada masyarakat luas khususnya di wilayah Tangerang.

Penelitian Sebelumnya

- Penelitian yang dilakukan oleh Nuryanti (2013), membahas tentang peran e-commerce untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM), kelebihan dan kekurangan e-commerce, hambatan dan peluang e-commerce.[2]
- Penelitian yang dilakukan oleh J.W. Saputro, dkk (2010), membahas tentang peta rencana (*roadmap*) riset *enterprise resource planning* (ERP) dengan fokus riset pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, peta sistematis terkait riset ERP diperlukan untuk menyediakan layanan konsultasi dan aplikasi ERP open source ke UKM.[3]
- Penelitian yang dilakukan oleh S.T. Galih, dkk (2011) membahas tentang rancangan portal e-commerce Semarang-handycraft berorientasi obyek, akses url yaitu <http://semarang-handycraft.cz.cc>, sistem memiliki fasilitas untuk mengelola menu anggota, produk, dan penjualan.[4]

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan melalui tahapan rekayasa perangkat lunak. Selain itu penelitian ini juga melibatkan komunitas TPG melalui metode Focus Group Discussion (FGD) pada setiap tahapannya sebagai berikut.



Gambar 1. Metode pelaksanaan Program

- Tahap Perencanaan, pada tahap ini dilakukan survey awal, identifikasi permasalahan terhadap pelaku UMKM dan studi literatur.
- Tahap Analisis, pada tahap ini dilakukan analisis kebutuhan sistem e-commerce.
- Tahap Rancangan Sistem, pada tahap ini dilakukan rancangan sistem menggunakan Diagram UML, rancangan database, pembuatan website e-commerce, hingga proses hosting.
- Tahap Implementasi, pada tahap ini dilakukan implementasi program e-commerce kepada UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan survey langsung, dan mengidentifikasi masalah yang terjadi terhadap pelaku UMKM, penulis kemudian melakukan analisis kebutuhan sistem apa yang diperlukan dalam e-commerce yang akan dibuat. Untuk tahap analisis tersebut penulis menggunakan *Business Model Canvas* untuk menganalisa bagaimana proses bisnis yang berjalan saat ini pada UMKM TPG sekaligus membuat gambaran bagaimana sistem website e-commerce yang dibuat agar bisa memenuhi kebutuhan yang diperlukan UMKM komunitas TPG. *Business Model Canvas* juga membuat penulis fokus pada ruang lingkup yang sudah ditentukan.

Key Partners:	Key Activities:	Value Propositions:	Customer Relationships:	Customer segments:
JNE Minimarket	<ol style="list-style-type: none"> Pengguna melakukan registrasi terlebih dahulu jika ingin menjadi pelapak maupun pembeli. Pengguna mempublikasikan produknya langsung di website lapakgue.co. Pengguna (pelapak) bisa mengedit dan mengelola produknya Pembeli melakukan komunikasi langsung dengan pelapak melalui fitur chat atau telepon yang nantinya akan terhubung langsung ke ponsel pelapak Pembeli melakukan transaksi pembayaran online dengan aman dan mudah 	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan sarana untuk promosi UMKM dan pemasaran produk – produk pada komunitas Tangerang Punya GUE (TPG). Meningkatkan pendapatan UMKM khususnya pada komunitas Tangerang Punya Gue (TPG). Memperkenalkan komunitas Tangerang Punya Gue (TPG) kepada masyarakat umum. Menarik minat masyarakat terutama masyarakat Tangerang untuk bergabung dengan komunitas TPG Mempermudah konsumen untuk mencari produk-produk khas Tangerang Website berbasis Komunitas 	<ol style="list-style-type: none"> Memberikan potongan harga pada konsumen Melakukan promosi Pelayanan yang ramah 	<ul style="list-style-type: none"> Pelapak (anggota UMKM TPG) Pembeli (Konsumen)
	Key Resources: Web Developer, IT security, Anggota aktif UMKM TPG, Kurir, minimarket.		Channels: <ol style="list-style-type: none"> Google Ads Media Sosial 	

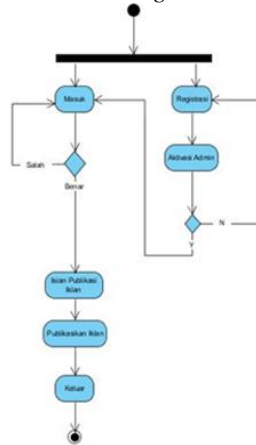
Tabel 1. *Business Model Canvas*

Pada Tabel 1. *Business Model Canvas*, kolom yang diberi warna biru yaitu Key Partners, Key Activities, Key Resources. Key Partners memuat tentang bekerjasama dengan siapakah website yang dibuat ini, karena dalam membangun sebuah website yang berkaitan dengan bisnis tentunya perlu partner agar bisa berjalan dengan lancar. Disini penulis bekerja sama dengan kurir JNE dalam hal pengiriman barang, serta bekerjasama dengan minimarket dalam hal transaksi pembayaran belanja online di lapakgue.co. Key Activitie memuat tentang aktivitas apa saja yang bisa dilakukan oleh user di dalam aplikasi yang dibuat. Sementara Key Resources memuat sumber daya yang dibutuhkan untuk membuat website lapakgue.co

Setelah melakukan analisis, kemudian merancang Sistem terlebih dahulu, dalam hal ini digunakan Bahasa pemodelan UML (*Unified Modelling Language*). UML adalah bahasa pemodelan visual yang mudah dipahami dan dilengkapi dengan mekanisme yang efektif.

- Activity Diagram User

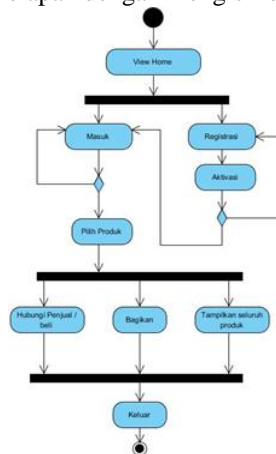
Seperti yang terlihat pada gambar 2, terdapat 2 aktivitas untuk User (Pelapak) yaitu Register dan Login. Bagi pengunjung yang belum terdaftar menjadi User (Pelapak), belum bisa melakukan login untuk publikasi produk-produknya. Maka terlebih dahulu pengunjung harus melakukan Registrasi. Setelah diaktivasi oleh Admin, maka Pelapak dapat melakukan *login* dan melakukan publikasi produk-produknya.



Gambar 2. Activity Diagram User

- Activity DiagramKonsumen

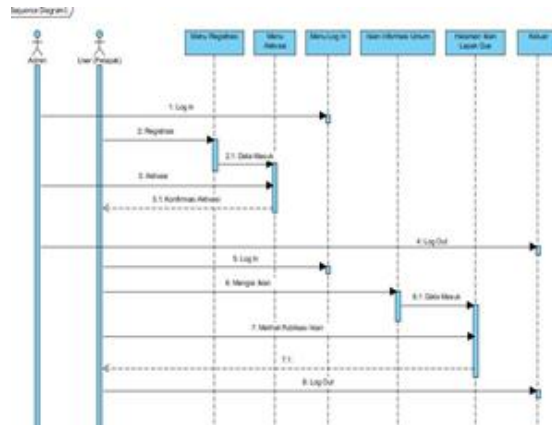
Pengunjung yang akan membeli produk Pelapak dapat langsung melihat apa saja produk-produk yang ada pada situs lapakgue.co. Setelah ada yang diminati dan akan memesan produk yang diinginkan, konsumen dapat langsung menghubungi Pelapak dengan mengisi form yang tersedia.



Gambar 3. Activity DiagramKonsumen

- Sequence Diagram Admin dan User

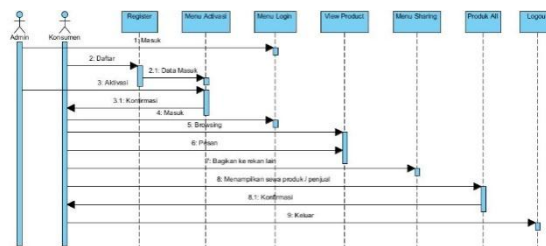
Gambar 4 adalah rancangan sistem detail bagi Admin dan Pelapak, serta keterkaitan satu sama lain.



Gambar 4. Sequence Diagram Admin dan User

Terdapat beberapa objek yang dirancang pada website lapakgue.co, seperti Menu Registrasi, menu Aktivasi, Menu *Login*, Isian Informasi Umum, Halaman Iklan, menu *Logout*. Dimana setelah diaktivasi oleh Admin, barulah Pelapak dapat melakukan *login*, mengisi halaman Isian Informasi Umum untuk mempublikasikan produk-produk yang akan dijual.

- Sequence Diagram Konsumen



Gambar 5. Sequence Diagram Konsumen

Gambar 5 adalah rancangan objek untuk konsumen. Terdapat beberapa objek seperti menu View Produk, menu Sharing, Produk keseluruhan.

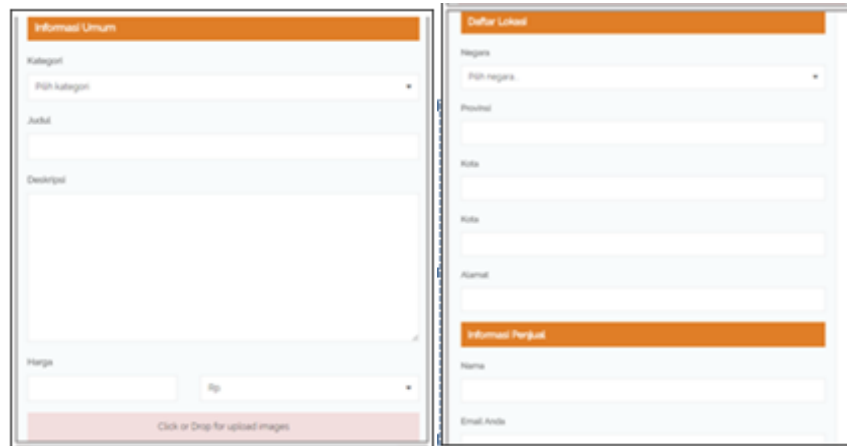
Implementasi

Berikut ini adalah implementasi dari hasil rancangan website lapakgue.co. Mulai dari halaman utama yang tampak pada gambar 6. Halaman ini terdapat komponen “Masuk” (*login*) bagi setiap pengunjung yang sudah terdaftar menjadi user (Pelapak) pada website lapakgue.co. Bagi yang belum terdaftar menjadi Pelapak maka diharuskan untuk melakukan registrasi terlebih dahulu. Setelah terdaftar menjadi user, Pelapak dapat mengisi “Publikasi Iklan Gratis” pada halaman utama tersebut.



Gambar 6. Halaman Utama

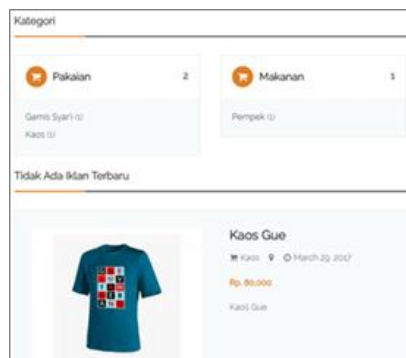
Tampilan *form* “Publikasi Iklan Gratis” (Gambar 7) berfungsi sebagai isian produk apa saja yang ingin dijual oleh Pelapak. Terdiri dari beberapa atribut seperti ‘Kategori’ (kategori produk), ‘Harga’, ‘Judul’ (nama produk), ‘Deskripsi’ (penjelasan detail produk), ‘Upload Image’ (gambar produk), dan lain-lain termasuk informasi terkait data Pelapak.



The image shows a two-column form for advertising. The left column, titled 'Informasi Umum', contains fields for 'Kategori' (with a dropdown menu), 'Judul', 'Deskripsi', and 'Harga' (with a currency selector set to 'Rp'). Below these is an image upload area with the text 'Click or Drag for upload images'. The right column, titled 'Detail Lokasi', contains fields for 'Negara' (dropdown), 'Provinsi', 'Kota', 'Kode', 'Alamat', and 'Informasi Penjual' (with fields for 'Nama' and 'Email Anda').

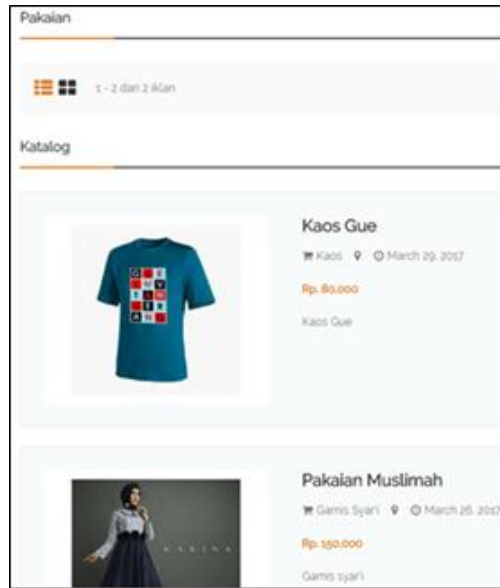
Gambar 7. Form Publikasi Iklan

Gambar yang terlihat pada Gambar 8 menampilkan produk untuk semua kategori. Saat pengunjung web masuk pada website lapakgue.co, pengunjung langsung dapat melihat semua kategori produk yang dicari termasuk harganya.

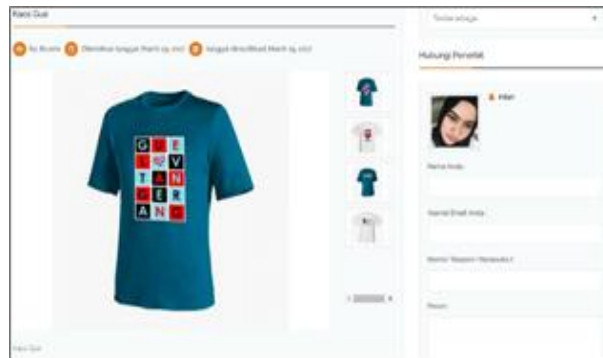


Gambar 8. Tampilan Iklan seluruh kategori

Saat pengunjung lapakgue.co memilih salah satu kategori, misalnya kategori pakaian, maka aplikasi yang akan tampil adalah seluruh produk pakaian (Gambar 9). Contohnya ‘Kaos Gue’, saat dipilih akan menampilkan seluruh jenis gambar kaos yang dijual oleh pelapak termasuk harga dan kontak dengan penjualnya (Gambar 10).



Gambar 9. Katalog Produk



Gambar 10. Kontak Penjual

4. Simpulan

Dengan memanfaatkan teknologi e-commerce melalui rancangan situs lapakgue.co sebagai sarana untuk promosi UMKM dan pemasaran produk-produk usaha, akan dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan bagi semua pelaku. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan UMKM tersebut, lebih banyak diketahui oleh seluruh Indonesia pada umumnya dan masyarakat Tangerang khususnya.

Daftar Pustaka

- [1] Indrajit, R.E. E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya. Edisi ke-1. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2001.
- [2] Nuryanti. Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). Jurnal Ekonomi. 2013; 21(4): 1-15.
- [3] Saputro J.W., Handayani P.W, Hidayanto A.N., Budi I. Peta Rencana (Roadmap) Riset Enterprise Resource Planning (ERP) Dengan Fokus Riset Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Indonesia. Journal of Information Systems. 2010; 6(2): 140-145.
- [4] Galih S.T., Mustafid, Sugiharto A. Rancang Bangun Portal E- Commerce Semarang-Handycraft Berorientasi Obyek. Jurnal Sistem Informasi Bisnis. 2011; 3(1): 16-21.