

Bisnis Online UMKM melalui Aplikasi *E-Commerce* untuk Pemasaran di Tengah Pandemi

Online Business UMKM with E-Commerce for Marketing during a Pandemic

Alena Uperiati ^{1*}, Eka Suswaini ², Tekad Matulatan ³, Dwi Amalia Purnamasari ⁴, Nurfalinda ⁵

^{1,4} Department of Informatics Engineering, Politeknik Negeri Batam

^{2,3,5} Department of Informatics Engineering, Universitas Maritim Raja Ali Haji

* alena@polibatam.ac.id

ABSTRAK

Dalam situasi pandemic covid 19 seperti sekarang ini kami berfikir, bagaimana meningkatkan kesejahteraan UMKM pada bisnis Donat Mini (Domi) dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Maka kami membuat aplikasi *E-Commerce* dimana pemasaran akan dilakukan secara online. Dengan adanya sistem aplikasi *E-Commerce* ini nantinya akan memudahkan UMKM Domi dan masyarakat untuk tetap bisa melakukan transaksi jual-beli tanpa harus bertatap muka dan berkerumun antri di toko. Dengan begitu protokol kesehatan dapat dijaga untuk menjaga jarak dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Aplikasi *E-Commerce* ini memiliki berbagai fitur fungsi utama antara lain adalah memberikan layanan teknis, informasi, dan promosi tentang jenis usaha yang diperjualkan kepada masyarakat. Aplikasi *E-Commerce* ini juga menjadi jembatan bagi masyarakat sebagai pemanfaatan teknologi dalam memenuhi kebutuhan.

Kata kunci — UMKM, Bisnis Online, *E-Commerce*

ABSTRACT

In the current COVID-19 pandemic situation, we are thinking, how to improve the welfare of the Mini Donut (Domi) business while still complying with health protocols. So we made an E-Commerce application where marketing will be done online. With this E-Commerce application system, it will make it easier for Domi and the community to still be able to make buying and selling transactions without having to meet face to face and crowd in queues at the store. That way health protocols can be maintained to maintain distance and consumer needs are met. This E-Commerce application features various main functions, including providing technical services, information, and promotions about the types of businesses that are sold to the public. This E-Commerce application is also a bridge for the community as the use of technology in meeting their needs.

Keywords — *UMKM, Online Business, E-Commerce*

1. Pendahuluan

Saat pandemic covid 19 seperti sekarang ini kita dituntut untuk lebih kreatif, bagaimana meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Maka diusulkan untuk membuat aplikasi *E-Commerce* dimana pemasaran akan dilakukan secara online. Dengan adanya sistem aplikasi *E-Commerce* ini nantinya akan memudahkan UMKM Domi dan masyarakat untuk tetap bisa melakukan transaksi jual-beli tanpa harus bertatap muka dan berkerumun antri di toko. Dengan begitu protokol kesehatan dapat dijaga untuk tetap menjaga jarak dan kebutuhan pangan terpenuhi.

Aplikasi *E-Commerce* ini memiliki berbagai fungsi utama yang antara lain adalah memberikan layanan teknis, informasi, dan promosi tentang jenis usaha yang diperjualkan kepada masyarakat. Aplikasi *E-Commerce* juga diharapkan menjadi jembatan bagi masyarakat sebagai pemanfaatan teknologi dalam memenuhi kebutuhan. Tujuan dari pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah sebagai upaya dalam mendukung peran penting hadirnya Teknologi dalam kehidupan masyarakat sebagai salah satu faktor pendorong perubahan dan juga percepatan pembangunan baik dibidang ekonomi, maupun sosial budaya. Dalam proses pelaksanaan operasioanl aplikasi *E-Commerce* diharapkan dapat berjalan sesuai dengan output yang diharapkan pemerintah dan masyarakat.

Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) melakukan survei mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap 571 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Survei dilakukan pada 6-24 April 2020, dimana hasilnya 70% UMKM mengalami pemberhentian produksi akibat Covid-19 (<https://katadata.co.id/berita>). Di sisi lain, Menteri Koperasi dan UMKM mengemukakan bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan UMKM (<https://bisnis.tempo.co/read>). Lebih lanjut diungkapkan bahwa, pelaku UMKM terkendala dari sisi kesehatan arus kas yang mengharuskan untuk merumahkan tenaga kerja, terkendala pada supply dan kurangnya pembelian dari konsumen. Dari permasalahan tersebutlah dibutuhkan dukungan untuk meningkatkan penjualan dan aliran masuk kas [1].

Munculnya pasar *E-Commerce* telah menciptakan peluang pasar yang luas bagi para pengecer dan penyedia layanan logistik, dapat meningkatkan kepuasan pembelian dan penjualan serta dapat memfasilitasi kemampuan penyedia layanan logistik untuk mengelolah yang lebih besar [2].

2. Target dan Luaran

Dengan membangun sistem aplikasi *E-Commerce*. Dimana nantinya sistem ini akan berbentuk website yang akan menampilkan dagangan yang dijual di aplikasi *E-Commerce*. Masyarakat tidak perlu lagi datang berbelanja tatap muka ke toko, namun cukup mendaftar di sistem web secara online maka konsumen dapat memilih menu apa saja yang akan dibel dengan luaran kegiatan HKI, buku manual, dan jurnal pengabdian.

Dari sistem yang akan dibangun dan direncanakan tersebut, harapannya kepada pemilik usaha dan masyarakat yakni, sistem dapat berjalan dengan baik, dagangan terjangkau oleh masyarakat, dan kebutuhan masyarakat yang akan membeli Domi terpenuhi dengan baik. Masyarakat cukup memiliki koneksi internet semua menu yang tersedia bisa dipesan dan diantarkan kerumah. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan dan keterampilan teknis yang membantu memecahkan permasalahan di masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM.

3. Metodologi

Berisi penjelasan tentang desain eksperimen dan parameter penelitian yang digunakan. Metode ini ditulis secara singkat (tidak lebih dari 600 kata) tetapi cukup rinci untuk memungkinkan metode tersebut diulang atau digunakan oleh peneliti lain. Prosedur penelitian ditulis secara rinci dengan mengacu pada prosedur asli atau modifikasi yang diterbitkan. Metode dan spesifikasi peralatan / bahan yang digunakan seperti bahan kimia, strain mikroba, spesies tanaman, mutan, dll ditulis secara lengkap. Untuk masing-masing metode ditulis menggunakan sub bagian (sub chapter). Penggunaan satuan ukuran mengikuti penulisan sistem internasional.



3.1. Waktu dan Tempat

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan pada tahun 2021 pada pengajuan usulan bulan Maret dan akan dilaksanakan mulai April hingga November 2021 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Pengabdian

No	Jenis Kegiatan	Tahun ke-1 (tahun 2021)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan												
2	Pelaksanaan												
3	Laporan Kemajuan												
4	Laporan Akhir												

Adapun lokasi pengabdian dilakukan pada mitra UMKM yang berlokasi di Kota Batam, Prov. Kepulauan Riau, dengan fokus kegiatan membangun Aplikasi *E-Commerce* untuk mengoptimalkan peluang bisnis Domi di tengah pandemik.

3.2. Bahan dan Alat

Dalam kegiatan pengabdian ini, bahan/data-data yang diperlukan sebagai landasan untuk membangun aplikasi adalah data/informasi usaha mitra Domi. Kemudian untuk merancang sistem yang akan dibangun maka akan digunakan alat bantu bahan dan alat yang ditampilkan dalam tabel 2

Tabel 2. Bahan dan Alat bantu yang digunakan

No	Bahan dan Alat	
	Perangkat keras (hardware)	Perangkat lunak (software)
1	Processor Intel Atom TM Z3735F 1,3 GHZ Quad Core	Operating Sistem Windows 10 Pro
2	Memori RAM 2 GB	Adobe Dreamweaver CS 5

3	Harddisk berkapasitas 1 TB	Browser Chrome, Mozilla Firefox
4		Notepad++
5		XAMPP

3.3. Prosedur Kerja

Prosedur kerja dalam kegiatan ini adalah pertama sekali dengan membangun sistem yang direncanakan yaitu aplikasi *E-Commerce* penjualan produk Domi. Sistem yang dibangun akan disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi di tempat UMKM Domi. Kemudian melakukan pendampingan dan pelatihan langsung kepada pihak UMKM Domi dan masyarakat terkait bagaimana panduan penggunaan sistem. Untuk mencapai hal-hal tersebut, maka prosedur kegiatan yang akan dilaksanakan mencakup dalam tahapan kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3. Urutan tahapan kegiatan yang akan di lakukan

Urutan Tahapan	Kegiatan
1	Melakukan kunjungan kepada pihak UMKM Domi
2	Melakukan indentifikasi permasalahan yang lebih aktual serta indentifikasi lokasi study kasus
3	Mempersiapkan alat dan bahan (Sistem aplikasi E-Commerce Domi)
4	Melakukan pengajaran, pelatihan dan pendampingan kepada pihak UMKM Domi dan masyarakat
5	Melakukan Pelatihan Teknis dibidang teknologi informasi kepada pihak UMKM Domi dan masyarakat
6	Melakukan Pelatihan teknis sesuai dengan kebutuhan teknis di masyarakat

Tabel 4. Rincian tahapan pada proses kegiatan

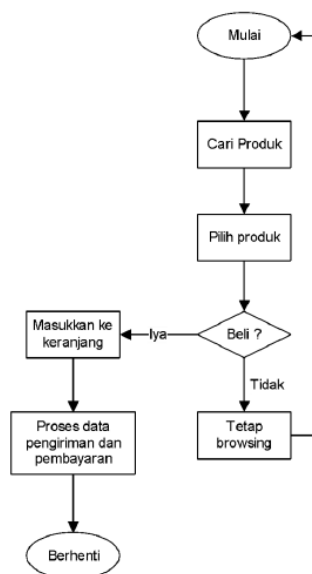
Tahapan	Proses Kegiatan	Alat dan Bahan
1	Rapat kordinasi dengan Pihak UMKM Domi dan tim pengabdian	Infokus,



2	Obervasi ke lokasi UMKM	Alat tulis, pulsa dan internet
3	Melakukan sosialisasi data awal pendampingan	Alat tulis, pulsa dan internet
4	Melakukan perancangan sistem aplikasi <i>E-Commerce</i>	Alat tulis, Laptop, pulsa dan internet
5	Mengimplementasikan hasil perancangan sistem aplikasi <i>E-Commerce</i>	Alat tulis, hp, laptop, software, pulsa dan internet
6	Melakukan Pelatihan teknis Teknologi Informasi kepada pihak UMKM Domi dan masyarakat	Alat tulis, hp, pulsa dan internet, seminar kit, infocus, spaduk, laptop

3.4. Analisa Data

Dalam proses analisa data akan membahas tentang pengolahan data pada sistem. Pada studi kasus ini, menggunakan data sampel pada UMKM Domi. Dalam proses analisis data akan dipaparkan atau digambarkan dengan rancangan sistem yang direpresentasikan dalam flowchart diagram. Berikut flowchart diagram dari proses pengolahan data. Dimana flowchart diagram ini merupakan gambaran awal proses perancangan aplikasi *E-Commerce* untuk pemasaran di tengah pandemik. Berikut gambar flowchart diagram aplikasi *E-Commerce* untuk pemasaran di tengah pandemik.



Gambar 1. Flowchart penggunaan aplikasi berbasis web *E-Commerce*

Dari flowchart pada Gambar 1 dapat dilihat proses dari pembelian produk melalui aplikasi *E-Commerce*, dari proses awal yang tadinya pembeli secara manual datang ke toko/kecuali dapat diminimalisir tatap muka karena pandemik melalui aplikasi *E-Commerce* ini nantinya akan sangat membantu masyarakat karena dapat diakses secara online tanpa harus datang beli on site. Hal ini juga sangat bermanfaat bagi pemilik *E-Commerce* karena dengan begitu jangkauan target pembeli menjadi lebih luas.

4. Pembahasan

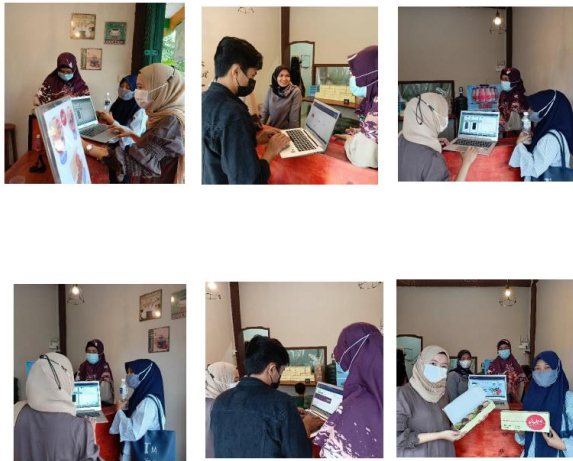
Dalam penelitian sebelumnya menjelaskan dalam bahwa sejalan dengan misi pemerintah dalam menggalakkan nasionalisme terhadap produk-produk UMKM tanah air, saat ini sedang gencarnya penjualan berbasis daring. Sangat banyak online marketplace yang tengah eksis di seluruh kalangan masyarakat. Hal ini seharusnya ditanggapi bijak oleh pelaku UMKM untuk mendorong bisnis kerajinan batik di wilayah Kabupaten Jombang[3].

Penelitian lain menjelaskan dalam penelitiannya bahwa transaksi dan promosi yang selama ini dijalankan kurang efektif karena manajemen penjualan produk yang masih dilakukan secara manual. Perusahaan hanya menggunakan marketing dan media cetak dalam penyampaian informasi promosi kepada konsumen dan outlet. Tidak adanya promosi dalam periklanan televisi, website, atau radio. Mekanisme seperti ini sangat memungkinkan akan timbulnya permasalahan di perusahaan, diantaranya konsumen yang lokasinya jauh atau dekat dengan kota akan merasa kesulitan untuk berbelanja karena kurangnya informasi promosi. Solusi yang diajukan untuk mengatasi masalah untuk mengembangkan bisnis penjualannya yaitu dengan *E-Commerce* [4].

Dalam jurnal yang berjudul Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis *E-commerce* Studi Kasus Toko Kun Jakarta memiliki permasalahan penjualan yang masih dilakukan secara offline, dimana konsumen harus datang langsung ke toko jika ingin membeli barang. Kurang luasnya jangkauan promosi yang yang digunakan oleh toko kun masih menggunakan media spanduk didepan toko. Penyimpanan data dan pencetakan laporan masih menggunakan pencatatan kedalam arsip.

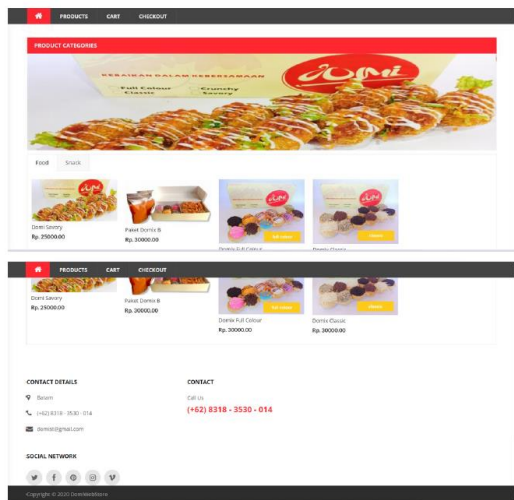
Untuk itu perlu dikembangkan transaksi penjualan berbasis *E-Commerce*, promosi melalui media website, penyimpanan data yang akan disimpan kedalam database sehingga mempermudah ketika akan mencetak laporan [5].

Berikut dokumentasi berupa photo kegiatan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.



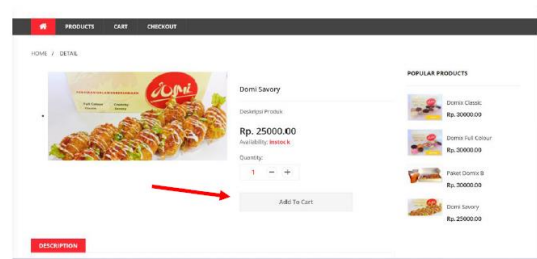
Gambar 2. Dokumentasi kegiatan

Berikut beberapa dokumentasi berupa hasil tampilan Web *E-Commerce* Domi. Halaman dapat diakses pada alamat www.domibatam.com.



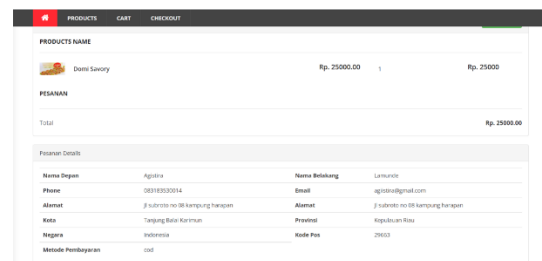
Gambar 3. Tampilan beranda

Dari gambar di atas dapat dilihat pada halaman beranda ditampilkan produk yang ditawarkan Domi.



Gambar 4. Memasukkan pesanan ke keranjang

Pemesanan dapat dilakukan dengan memasukkan pilihan ke keranjang atau *add to cart*.



Gambar 5. Detail pesanan

Selanjutnya kurir bisa mengantarkan pesanan ke alamat yang tertera pada detail pesanan untuk melakukan COD (*Case On Delivery*).

5. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, disimpulkan bahwa pertama, dengan fokus kegiatan membangun Aplikasi *E-Commerce* untuk mengoptimalkan peluang bisnis di tengah pandemik telah berhasil dilakukan. Kedua, kegiatan sosialisasi mengenai pengenalan merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan bisnis juga telah mencapai target. Ketiga, sosialisasi mengenai pengenalan mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan telah mencapai target. Keempat buku teknologi tepat guna dengan judul “Manual Book Cara Menggunakan Sistem Informasi *E-Commerce* Domi” dalam waktu yang telah ditentukan” telah diselesaikan dan telah diajukan HKI.

6. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada LP3M UMRAH, kepada Domi, dan semua tim yang terlibat dalam penyelesaian pengabdian kepada masyarakat.

7. Daftar Pustaka

- [1] A. Kala'lembang, "Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* Vol 4, No 1, 2020, doi: <http://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>.
- [2] K. H. Leung, C. K. M. Lee, dan K. L. Choy, "An integrated online pick-to-sort order batching approach for managing frequent arrivals of B2B e-commerce orders under both fixed and variable time-window batching", *Advanced Engineering Informatics*, Volume 45, August 2020, 101125, doi: <https://doi.org/10.1016/j.aei.2020.101125>.
- [3] R. S. Sisfor, O. A. C. Dewi, dan R. Noviasri, "Perancangan dan Implementasi Sistem E-commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang", *Dinamisia Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 3, No. 1, 2019, doi: <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>.
- [4] O. Veza, "Perancangan E-commerce Untuk Memperluas Produk Komunikasi di PT. Golden Communication Berbasis Web Mobile", *Jurnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)*, Vol. 4, No. 1, 2019 [Online], doi: <https://doi.org/10.31227/osf.io/xp56u>.
- [5] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta", *ILKOM Jurnal Ilmiah*, Vol. 10, No. 2, 2018, doi: 10.33096/ilkom.v10i2.310.182-189.

