

PEMANFAATAN E-COMMERCE POPULER UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK PADA KUB BORDIR KURNIA KUDUS

Diana Laily Fithri

Fakultas Teknik, Program Studi Sistem Informasi
Universitas Muria Kudus
Email: diana.laily@umk.ac.id

Andy Prasetyo Utomo

Fakultas Teknik, Program Studi Sistem Informasi
Universitas Muria Kudus
Email: andy.prasetyo@umk.ac.id

Fajar Nugraha

Fakultas Teknik, Program Studi Sistem Informasi
Universitas Muria Kudus
Email: fajar.nugraha@umk.ac.id

ABSTRAK

Kota Kudus merupakan kota yang terdiri dari beberapa industri kreatif, salah satunya adalah industri bordir. Selama ini proses pemasaran produk bordir masih dilakukan secara tradisional sehingga hasil penjualan produk bordir kuantitasnya belum optimal serta jangkauan promosinya masih terbatas di sekitar kota Kudus, meskipun ada beberapa permintaan dari luar kota tetapi jumlahnya masih sedikit karena kurangnya promosi. Metode pengembangan yang digunakan dengan metode waterfall, database MySQL dan bahasa pemrograman PHP. Implementasi teknologi informasi dalam dunia pemasaran, salah satunya melalui penerapan media pemasaran berbasis *e-commerce populer*. Melalui media tersebut memungkinkan akses informasi untuk promosi serta pemasaran dapat dilakukan seluas – luasnya tanpa terbatas ruang dan waktu. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pengrajin bordir. Dengan target khususnya yaitu meningkatkan kuantitas pemasaran bordir melalui memperluas daerah pemasaran dengan cara mempromosikan hasil bordir melalui *e-commerce populer* supaya bisa mencakup pasar yang lebih luas.

Kata kunci: bordir, *e-commerce*, promosi.

ABSTRACT

Demangan Village is one of the villages located in the district area of Kota Kudus District. In this village there are some craftsmen embroidery business incorporated in KUBE. During this time the process of embroidery product marketing is still done traditionally so that the sale of embroidery products is not optimal quantity and the range of promotion is still limited around the city of Kudus, although there are some requests from out of town but the numbers are still a little because of lack of promotion. Implementation of information technology in the world of marketing, one of them through the application of popular e-commerce based marketing media. Through the media allows access to information for promotion and marketing can be done widest - width without limited space and time. The purpose of community service is to help increase the income and prosperity of embroidery craftsmen. Targeting specifically is to increase the quantity of embroidery marketing through expanding marketing areas by promoting embroidery via popular e-commerce to cover a wider market.

Keywords: embroidery, *e-commerce*, promotion.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia komputer yang semakin kompleks mendorong setiap individu atau kelompok harus menerapkan dalam segala aktifitas. Teknologi informasi tidak hanya mempengaruhi sebuah sistem informasi, namun memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari-hari, gaya hidup mulai berubah seiring dengan produk-produk teknologi informasi yang semakin berkembang pesat. Alat bantu Komputer juga dapat meningkatkan efisiensi kerja serta kecepatan dalam perhitungan matematis sehingga informasi yang

dihasilkan lebih cepat. Sebuah instansi swasta ataupun milik pemerintah harus bersaing mengikuti arus perkembangan jaman yang hanya dapat dicapai dengan adanya sistem informasi yang lebih baik dari sebelumnya.

Kota Kudus selain di kenal dengan industri rokoknya, juga terdapat banyak usaha kecil dan menengah yang sangat berpotensi meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kabupaten Kudus merupakan kabupaten terkecil di Jawa Tengah dengan luas wilayah mencapai 42.516 Ha yang terbagi dalam 9 kecamatan. Kudus merupakan daerah industri dan perdagangan, dimana sektor ini mampu menyerap banyak tenaga kerja dan memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Jumlah penduduk Kabupaten Kudus 777.954 jiwa dari data tahun 2010 yang bekerja di sektor konveksi dan kerajinan bordir, bordir 3329 orang, sulam 624 orang, pakaian jadi 4553 orang, sehingga semua berjumlah 8.506 orang. Awal mulanya industri kerajinan bordir mula-mula dimanfaatkan sebagai kegiatan sambilan ibu-ibu rumah tangga (*home industry*) dengan menggunakan peralatan sederhana dan terbatas. Seiring dengan kemajuan peralatan dan teknologi, hasil produksi kerajinan bordir mengalami perkembangan pesat. Sentra kerajinan bordir Kabupaten Kudus salah satunya terdapat di desa Demangan Kudus.

Menurut penelitian yang dilakukan Rifqi Nur Fahrurozi, dkk menjelaskan bahwa dengan menggunakan *e-commerce* informasi yang tersampaikan dapat terjangkau luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Dalam penelitian tersebut menggunakan proses data managng yang dibagi menjadi 2 (dua) yaitu *web content managng* dan *application web build managng*. Untuk web content managng dengan cara dokumentasi dan wawancara dengan pimpinan dan bagian pemasaran. Wawancara tersebut dilakukan untuk mengetahui informasi dan data secara akurat. Application managng yaitu dengan cara membangun sebuah website yang dilakukan dengan membuat folder agar mudah dalam pembuatan website.

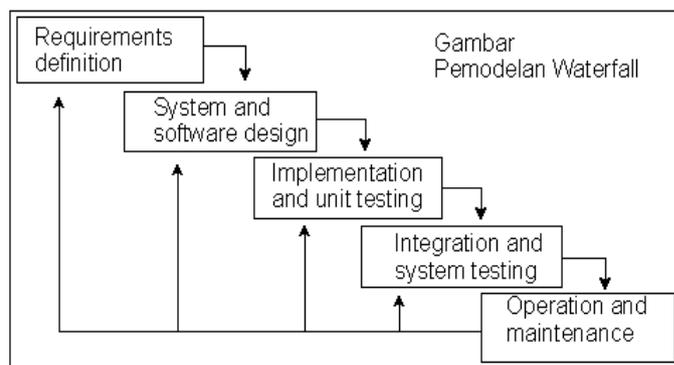
Berdasarkan penelitian yang dibuat oleh Dewi Irmawati, menjelaskan bahwa penggunaan internet dalam dunia bisnis merupakan alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi menjadi alat aplikasi strategi bisnis. Pemasaran dengan menggunakan internet cenderung menembus berbagai rintangan dan halangan, pangsa pasar dan aturan-aturan yang baku. Dengan menggunakan *e-commerce* produsen dapat merubah harga atau melakukan customisasi produk atau jasa yang ditawarkan secara cepat melalui website.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Elizandani Ginting dalam judulnya aplikasi penjualan berbasis web (*e-commerce*) menggunakan jomla pada mutiara fashion yaitu sistem perancangan yang digunakan dengan menggunakan UML dan bahasa pemrograman yang digunakan dengan menggunakan PHP. Dalam penelitian dijelaskan bahwa *e-commerce* digunakan untuk meningkatkan omzet penjualan dan dapat mempermudah dalam mengakses produk dan harga. Dalam sistem tersebut memiliki beberapa keunggulan yaitu terdapat informasi mengenai mutiara Fashion, informasi yang sudah dilakukan pemostingan dapat mengetahui kode dan harga dari produk mutiara fashion. Informasi tentang mutiara fashion dapat diakses secara cepat dan akurat.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan untuk analisa dan perancangan game edukasi motivasi belajar untuk anak usia dini adalah dengan menggunakan Metode Rekayasa Perangkat Lunak Air Terjun (*Waterfall*) menurut Summerfile. Tahapan Metode pengembangan sistem menurut Summerfile dapat dilihat di Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Waterfall

Tahap – tahap dalam model Air Terjun tersebut antara lain :

- a) Pendefinisian Masalah dan Analisis Kebutuhan
Pada tahap ini, meliputi penentuan pokok-pokok permasalahan yang terjadi dan kebutuhan dalam perancangan penentuan pemilihan kelayakan tempat tinggal.
- b) Perancangan Sistem dan Perangkat Lunak
Pada tahap ini, meliputi perancangan sistem informasi dan perangkat.
- c) Implementasi dan Unit Testing
Pada tahap ini, meliputi penerapan dan pengujian hasil perancangan.
- d) Integrasi dan Pengujian Sistem
Pada tahap ini, meliputi penyatuan dan pengujian Sistem secara menyeluruh.
- e) Pengoperasian dan Perawatan
Pada tahap ini, meliputi pengoperasian Sistem dan pemeliharaan fakta yang ada di lapangan.

2.2 E-commerce

Kube Kurnia Bordir yang merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi mukena bordir mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan terutama pada bagian promosi dan pemasaran produk bordir yang dihasilkannya. Hal tersebut karena selama ini proses pemasaran yang dilakukan selama ini hanya terbatas di wilayah kabupaten Kudus serta hanya melalui promosi yang terbatas pada kegiatan-kegiatan pameran UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten Kudus. Oleh karena itu untuk mendukung proses promosi dan pemasaran produk perlu dikembangkan media dengan penerapan teknologi informasi (*e-commerce populer*) untuk membantu dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk.

E-commerce populer dapat ditinjau dari perspektif berikut [3]: Perspektif komunikasi, *e-commerce populer* adalah pengiriman barang, layanan, informasi atau pembayaran melalui pemanfaatan jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya. Perspektif proses bisnis, *e-commerce populer* adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja. Perpektif layanan, *e-commerce populer* merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meingkatkan kecepatan layanan pengiriman. Perpekstif online, *e-commerce populer* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang atau informasi secara online melalui penggunaan jaringan internet.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengembangan dan implementasi *e-commerce populer* untuk proses promosi serta pemasaran produk keripik bordir telah berhasil diberdayakan setelah melalui proses dari awal pengenalan aplikasi *e-commerce populer* sampai dengan implementasinya. Proses awal tersebut dimulai dari analisa dan perancangan sistem, pengembangan sistem, penerapan sistem serta tahap evaluasi sistem.

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah sesuai dengan rancangan dan rencana evaluasi. Salah satu implementasi dari kegiatan pengabdian ini adalah sudah diterapkannya pengembangan media promosi serta pemasaran berbasis *e-commerce populer*. Tampilan untuk aplikasi pemasaran untuk KUBE Bordir Kurnia ada pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Awal Media Promosi Kurnia Bordir

Home
Pemesanan Barang
Pemesanan Barang Hari Ini
Order
Kategori Produk
Produk
Ongkos Kirim
Profil Toko Online
Cara Beli
Info Rekening Toko
Laporan
Logout

Produk

Tambah Produk

NO	NAMA PRODUK	BERAT(KG)	HARGA	DISKON(%)	STOK	TGL. MASUK	AKSI
1	Mulena Bordir Terusan	1.00	250.000	0	4	24 Agustus 2017	Edit Hapus
2	Mulena Bordir Mewar	1.00	350.000	0	8	24 Agustus 2017	Edit Hapus
3	Mulena Bordir Bunga	1.00	200.000	0	5	24 Agustus 2017	Edit Hapus
4	Mulena Bordir Mewar Rambut	1.00	350.000	0	11	24 Agustus 2017	Edit Hapus
5	Mulena Parasi Abaya	1.00	75.000	0	7	24 Agustus 2017	Edit Hapus
6	Mulena Bordir Melele	1.00	300.000	0	5	24 Agustus 2017	Edit Hapus
7	Mulena Bordir Mewar	1.00	300.000	0	5	24 Agustus 2017	Edit Hapus

Copyright © 2017 by KURNIA BORDIR. All rights reserved.

Gambar 2. Tampilan Menu Pengelolaan Produk

Home
Pemesanan Barang
Pemesanan Barang Hari Ini
Order
Kategori Produk
Produk
Ongkos Kirim
Profil Toko Online
Cara Beli
Info Rekening Toko
Laporan
Logout

Detail Order

No. Order : 26
Tgl. & Jam Order : 08 Mei 2017 & 15:28:36
Status Order : Lunas

NAMA PRODUK	BERAT(KG)	JUMLAH	HARGA SATUAN	SUB TOTAL
Total Rp. :				
Ongkos Kirim Rp. :				13.000/Kg
Total Berat :				Kg
Total Ongkos Kirim Rp. :				0
Grand Total Rp. :				0

DATA KUSTOMER	
Nama Kustomer	: Lukmanul Hakim
Alamat Pengiriman	: Jl. Prof. Dr. Soepomo No. 178, Tebet, Jakarta Timur 17280
Nomor Rekening	: 081804396000
Email	: algosigma@gmail.com

Copyright © 2017 by HASIL LOGAM. All rights reserved.

Gambar 3. Tampilan Detail Order Pembelian

Home
Pemesanan Barang
Pemesanan Barang Hari Ini
Order
Kategori Produk
Produk
Ongkos Kirim
Profil Toko Online
Cara Beli
Info Rekening Toko
Laporan
Logout

Laporan

Laporan Hari Ini

Laporan Per Periode

Dari Tanggal : 02 September 2017
s/d Tanggal : 02 September 2017

Copyright © 2017 by HASIL LOGAM. All rights reserved.

Gambar 4. Tampilan Menu Laporan

Selain penguasaan teori mengenai pengembangan media promosi dan pemasaran berbasis *e-commerce* populer dengan baik, target mendapatkan keterampilan penerapan secara langsung melalui praktek dalam implementasi *e-commerce* populer untuk kegiatan promosi serta pemasaran produk. Meskipun penerapan sistem sudah berjalan dengan baik dan sesuai perencanaan, namun masih terdapat beberapa hal yang menjadi catatan dalam kegiatan pengabdian pengembangan dan implementasi *e-commerce* populer pada Kube Kurnia Bordir Desa Demangan Kudus ini antara lain:

- a) Untuk khalayak sasaran pengabdian masih diperlukan pelatihan kembali oleh pihak pengguna dikarenakan banyaknya menu yang terdapat pada *e-commerce* populer, agar dapat memahami fungsi atau setting pada media *e-commerce* populer agar dapat berfungsi secara optimal.
- b) Implementasi pengembangan media promosi serta pemasaran berbasis *e-commerce* populer juga diperlukan sebuah perangkat untuk koneksi internet yang baik agar pemanfaatan sistem tersebut dapat digunakan secara optimal dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk.

Setelah proses pembuatan software aplikasi *e-commerce* populer, dilakukan juga kegiatan pelatihan tentang pemanfaatan aplikasi software tersebut yang kegunaannya sebagai media promosi di KUBE Kurnia Bordir untuk meningkatkan omzet penjualan di KUBE tersebut. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di laboratorium Multimedia Universitas Muria Kudus. Kegiatan pelatihan tersebut dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus sampai dengan 5 Agustus 2017. Pelatihan tersebut diikuti oleh 8 peserta. Foto kegiatan pelatihan pengembangan dan pemanfaatan *E-commerce* populer untuk optimalisasi produk di Kube Bordir Kurnia dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4. KESIMPULAN

- a) Tanggapan khalayak, sasaran atau target pengabdian sangat baik dengan kegiatan pengabdian pengembangan dan implementasi *e-commerce* populer ini dikarenakan dapat membantu dalam proses promosi dan pemasaran produk pada Kube Kurnia Bordir Desa Demangan Kudus.
- b) Pelatihan pengembangan dan implementasi aplikasi *e-commerce* populer ini diberdayakan setelah melalui proses dari awal yang meliputi analisa dan perancangan sistem, pengembangan sistem, penerapan sistem serta tahap evaluasi sistem. Pada proses pelatihan implementasi *e-commerce* populer dilakukan melalui kegiatan pemahaman pengenalan aplikasi *e-commerce* populer, konfigurasi aplikasi, pengelolaan sistem serta tahap akhir berupa evaluasi kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aryanto, A dan Tjendrowasen, T. 2012. "Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta. Speed Journal - Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi". Vol 4 No 4. ISSN : 1979-9330.
- [2] Irmawati, Dewi. 2011. "Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia bisnis". Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. 2085-1375.
- [3] Kalakota, Whinston. "Frontiers Of Electronic Commerce", Addison-Wesley Publishing Company, Inc, Massachusetts, 1996.

- [4] Latubessy,A, dan Triyanto,A. 2014. “Analisa Dan Perancangan Sistem Pemasaran Umkm Terintegrasi Berbasis Cloud Server”. Simetris. Vol 5 No 1. ISSN : 2252-4983
- [5] Nugroho, A. 2011. “Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data”. Yogyakarta: Andi.
- [6] Shalahuddin, et al. (2011). Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek, Bandung: Modula.
- [7] Sholiq. (2006). Permodelan Sistem Informasi Berorientasi Obyek dengan UML, Yogyakarta : Graha Ilmu. 40-105.
- [8] Suhendar, A., Gunadi, H. (2002). Visual Modelling Menggunakan UML dan Rational Rose, Bandung: Informatika