

Perancangan E-Commerce Hasil Produk BUMDES Desa N8 Labuhanbatu Dalam Meningkatkan Nilai Ekonomis bagi Ibu-ibu Rumah Tangga Desa N8

Salamat Subagio, S.Kom, M.Kom
ssubagio13@gmail.com

Abstrak

Badang Usaha Milik Desa (BUMDES) Desa N8 Labuhanbatu selama ini masih dikategorikan jauh dari perkembangan sehingga untuk memasarkan hasil produk Bumdes tersebut masih dikatakan manual, untuk pemesanan dan pemasaran hanya melalui SMS / WA dan telepon, publikasi hasil produk hanya lewat facebook saja, sehingga untuk menerima orderan masih kesulitan dalam transaksinya, membutuhkan waktu lama, tenaga dan biaya. Dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu yaitu dengan membuat sebuah sistem e-commerce berbasis website. Dengan penerapan dunia internet dalam bidang bisnis, perekonomian, perdagangan adalah dengan menggunakan electronic commerce (e-commerce) berbasis website. Selain menjadi sektor usaha yang bergerak di website juga akan menghasilkan dampak yang banyak karena akses orderan untuk produk Bumdes akan dapat terbuka luas, selain itu juga Bumdes tersebut menjadi kontribusi terhadap pembangunan Desa N8 Labuhanbatu dan juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran di Desa N8 Labuhanbatu tersebut, terutama untuk menambah omset pendapatan keuangan pada ibu-ibu di Desa N8.

Kata kunci :*Bumdes, Data, Desa, e-commerce, Website .*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat, terutama dalam hal penguasaan aplikasi teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan. Pemanfaatan dilakukan mulai dari kegiatan pendidikan, kegiatan bisnis dan komersial, pemerintahan, dunia hiburan, dan kegiatan pribadi lainnya.

Badang Usaha Milik Desa (BUMDES) Desa N8 Labuhanbatu selama ini masih dikategorikan jauh dari perkembangan sehingga untuk memasarkan hasil produk Bumdes tersebut masih dikatakan manual, untuk pemesanan dan pemasaran hanya melalui SMS / WA dan telepon, publikasi hasil produk hanya lewat facebook saja, sehingga untuk menerima orderan masih kesulitan dalam transaksinya, membutuhkan waktu lama, tenaga dan biaya.

Dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu yaitu dengan membuat sebuah sistem e-commerce berbasis website. Dengan penerapan dunia internet dalam bidang bisnis, perekonomian, perdagangan adalah dengan menggunakan electronic commerce (e-commerce) berbasis website. Selain menjadi sektor usaha yang bergerak di website juga akan menghasilkan dampak yang banyak karena akses orderan untuk produk Bumdes akan dapat terbuka luas, selain itu juga Bumdes tersebut menjadi kontribusi terhadap pembangunan Desa N8

Labuhanbatu dan juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran di Desa N8 Labuhanbatu tersebut, terutama untuk menambah omset pendapatan keuangan pada ibu-ibu di Desa N8.

Faktor utama keberhasilan usaha kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk yang semua data dan transaksi tercatat dan terdata pada sebuah database. Infrastruktur pemasaran dalam menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing.

Oleh karena itu peran perangkat desa khususnya Kepala Desa N8 diperlukan dalam mendorong keberhasilan BUMDES untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis website yang dapat digunakan sebagai media komunikasi bisnis global. Diharapkan BUMDES Labuhanbatu dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan usahanya, mengakses informasi, hasil produksi, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jenis usahanya dan dapat mengontrol semua transaksi dari BUMDES tersebut secara terdata karena memiliki bank database.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 KonsepUKM

Melihat peranan UKM dalam perekonomian ditinjau dari segi jumlah usaha, maupun dari segi penciptaan lapangan kerja, maka dibutuhkan lingkungan yang mendukung serta keterlibatan semua pihak dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, pemantauan dan evaluasi. Dengan demikian pengembangan investasi perlu berlangsung berkelanjutan dan berakar dari kemampuan sumber daya nasional dan partisipasi luas masyarakat dan dunia usaha terutama UKM dan koperasi perlu didorong untuk memperluas kesempatan dan pemerataan berusaha bagi seluruh pelaku ekonomi, sehingga terwujud sistem perekonomian kerakyatan. Prospek bisnis UKM dalam era perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat bergantung pada upaya yang ditempuh oleh pemerintah dalam mengembangkan bisnis UKM. Titi Rapini dkk, (2018:1)

Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah maka Usaha Kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Sedangkan Usaha Menengah didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan kriteria yang diatur dalam Undang-Undang. Ni Made WSDan I Ketut Y (2018:1)

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan Nasional, UKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Salah satu kunci keberhasilan usaha kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UKM. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme

pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Nuryanti (2013:1)

Seiring dengan perkembangan jaman para pelaku usaha UMKM menghadapi tantangan yang cukup berat terkait dengan pengembangan usahanya. Kendala utama pengembangan usaha UKM pada umumnya berkaitan dengan masalah kemampuan manajemen atau pengelolaan yang kurang profesional. Masalah-masalah manajemen diantaranya meliputi, masalah struktur permodalan, personalia dan pemasaran. Selain masalah di atas, terdapat pula masalah teknis yang sering dijumpai semisal belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik, masalah akses terhadap teknologi, masalah inovasi dan perbaikan kualitas barang dan efisiensi, ditambah lagi dengan pemberlakuan skema perdagangan bebas ASEAN *China Free Trade Agreement* (ACFTA) sejak awal tahun 2010 dan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) di akhir tahun 2015, persaingan tidak lagi hanya didominasi antar produk dalam negeri, tetapi juga akan diramaikan dengan masuknya produk dari luar negeri. Khalid AA (2015:44)

2.2. Konsep E-Commerce

Electronic commerce (e-commerce) menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk *internet*. Ni Made W S dan I Ketut Y (2018:1)

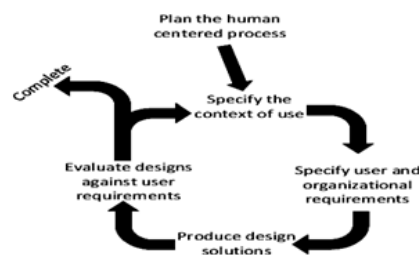
Pendi (2017:1) *E-commerce* merupakan singkatan dari *Electronic Commerce*. Ada banyak arti dari *e-commerce* itu sendiri, diantaranya adalah menurut para ahli juga, tapi yang paling penting disini adalah tentang persamaan *e-commerce* yang ada, diantaranya adalah:

1. *E-commerce* melibatkan lebih dari satu perusahaan dan dapat diaplikasikan hamper di setiap jenis hubungan bisnis
2. *E-commerce* mengizinkan untuk menjual produk-produk dan jasa secara *online*

3. METODE PENELITIAN

Menurut jurnal Intan Yatana Saputri (2017:1) menyatakan bahwa pengertian UCD adalah *User Centered Design* (UCD) merupakan paradigma baru dalam pengembangan sistem berbasis web. *User centered design* (UCD) juga sering disebut sebagai *human centered design*. Menurut ISO 13407 (1999), *human centered design* adalah sebuah pendekatan pengembangan sistem interaktif yang secara khusus fokus untuk membuat sebuah sistem berguna.

Definisilainnyamenurut *user centered design* adalah sebuah proses desain *interface* (antarmuka) yang fokusterhadap tujuankegunaan, karakteristikpengguna, lingkungan, tugas, dan alurkerja di dalamdesainnya. Ibnu Surya (2017:1)



Gambar 2.1 Tahapan *User Centered Design*

Keteranggambar:

1. *Specify the context of use*
Mengidentifikasi orang yang akan menggunakan sistem. Ini akan menjelaskan untuk apa dan dalam kondisi seperti apa, mereka akan menggunakan sistem
2. *Specify User and Organizational Requirements*
Mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan kebutuhan Organisasi
3. *Produce Design Solutions*
Membangun desain sebagai solusi dari sistem yang sedang dianalisis
4. *Evaluate Design*
Melakukan evaluasi terhadap desain yang dilakukan pada tahap sebelumnya

Kriteria – kriteria *web usability* adalah sebagai berikut:

1. *Learnability* adalah kriteria yang mengukur tingkat kemudahan suatu situs untuk dipelajari dan digunakan, khususnya bagi pengguna yang baru pertama kali melihat dan menjelajahi situs tersebut.
2. *Efficiency* adalah kriteria yang mengukur tingkat performansi pengguna ketika menggunakan situs.
3. *Memorability* adalah kriteria kualitatif yang dapat dilihat melalui kemudahan pengguna dalam menggunakan lagi produk (situs) setelah beberapa saat tidak mengunjungi situs.
4. *Errors* adalah kriteria kuantitatif pada *web usability*, *errors* menilai situs melalui banyaknya kesalahan yang dilakukan oleh pengguna ketika melakukan tugas skenario yang diberikan.
5. *Satisfaction* adalah pengukuran kualitatif yang dirasakan atau juga ditunjukkan oleh pengguna, ketika sistem atau situs yang digunakan menyenangkan dan juga mudah dipakai akan memberikan kenyamanan kepada pengguna atau juga memberikan rasa puas ketika pengguna dapat menyelesaikan tugas yang diberikan dengan baik.

Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja pada gambar 3.1 maka masing-masing langkah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah pada perancangan e-commerce hasil BUMDES Desa N8 ini mempunyai beberapa permasalahan antara lain yaitu :

1. Pengolahan data pemasaran hasil produk terdiri dari data member, data produk, data pemesanan dan laporan masih dilakukan secara manual sehingga tidak efisien dalam proses pemesanan.
2. Tingkat kesalahan dalam memasukkan data masih sering terjadi.
3. Pemasaran produk secara manual memerlukan tenaga, waktu yang lama dalam menjadi sebuah informasi pemasaran produk.
4. Belum adanya sistem pemasaran hasil produk pada BUMDES Desa N8 dengan sistem komputerisasi.
5. Tidak ada peningkatan nilai ekonomi bagi ibu rumah tangga yang hanya masih mengandalkan gaji dari suami
6. Tidak ada wadah untuk menampung ide-ide kreatif dari ibu rumah tangga di Desa N8 yang dapat membantu perekonomian rumah tangga

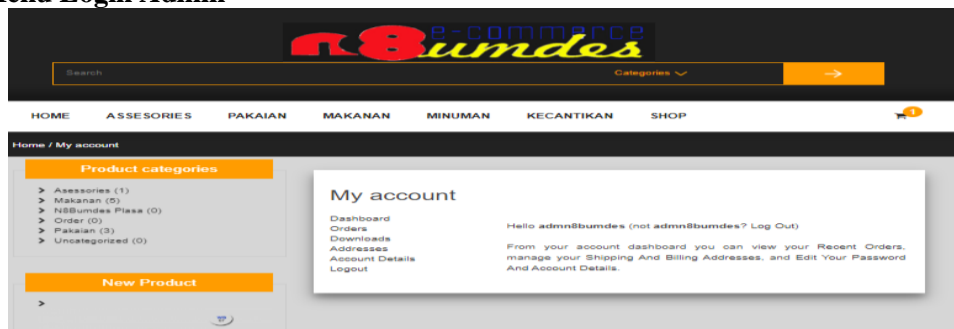
2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi untuk melakukan pengamatan dan analisa terhadap proses sehingga mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Adapun data yang dikumpulkan seperti :

- a. Data member,
 - b. Data produk e-commerce,
 - c. Data kriteria e-commerce,
 - d. Data harga produk,
 - e. Data pemesanan
 - f. Laporan.
3. Analisis Kebutuhan Sistem
- Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah pada sistem yang sedang berjalan pada, seperti :
- a. Dengan keterbatasan sdm dan juga semakin banyaknya kebutuhan ekonomi di daerahnya
 - b. Ketepatan dalam pemasaran produk lama karena harus mengorder terlebih dahulu sehingga membutuhkan waktu yang lama
 - c. Pemasaran produk bumdes di lakukan dengan cara dipandu secara sederhana melalui telepon sehingga butuh waktu dan biaya.
 - d. Belum adanya sistem pemasaran dengan sistem terkomputerisasi.
4. Perancangan Sistem
- Adapun perancangan sistem yang dirancang adalah tentang rancangan sistem untuk mengolah dan memasukkan data serta pemasaran hasil produk bumdes N8 seperti data produk, data member dan data pesanan dengan menggunakan sebuah sistem e-commerce dan sebagai database menggunakan *MySQL* dan sebagai program aplikasi menggunakan *Macromedia Dreamweaver 8* dan *Wordpress*.
5. Pengujian Sistem
- Pada tahap pengujian sistem ini dilakukan dengan mengadakan pengujian sistem e-commerce tersebut, sehingga sistem e-commerce tersebut telah sesuai atau tidak dengan yang diharapkan untuk dapat membantu dalam mengatasi masalah yang sedang berjalan pada Desa N8, sehingga feed back dari sistem e-commerce dan Masyarakat Desa N8 telah sesuai dengan kebutuhan.
6. Implementasi Sistem
- Implementasi sistem yang telah dibuat adalah prosedur yang dilakukan untuk menyelesaikan desain yang ada dalam dokumen desain sistem yang disetujui dan menguji, menginstal, memulai, serta menggunakan sistem yang baru atau sistem yang diperbaiki yaitu sistem e-commerce pada hasil produk Bumdes berbasis *web* atau *On-line*.
7. Pemeliharaan
- Pada tahap ini merupakan bagian dari sistem keamanan, perawatan serta pengendalian kontrol terhadap sistem yang dibangun baik pengontrolan dari Human Error, System Error, monitoring dan evaluasi.
8. Dokumentasi
- Pada tahap ini dilakukan dengan mengumpulkan hasil pelaksanaan yang dituangkan dalam sebuah laporan, dokumentasi tentang kondisi objek evaluasi tersebut dalam rancangan, pelaksanaan serta hasilnya.

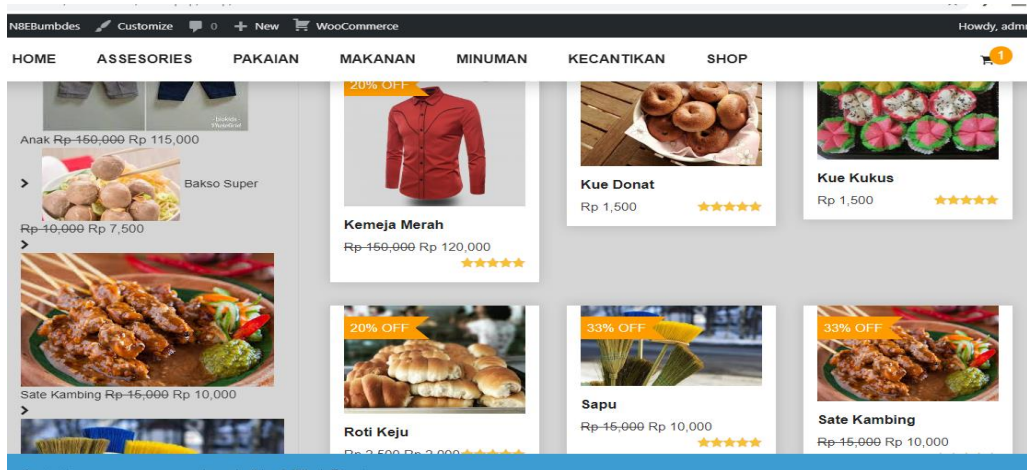
4. HASIL dan IMPLEMENTASI

1. Menu Login Admin



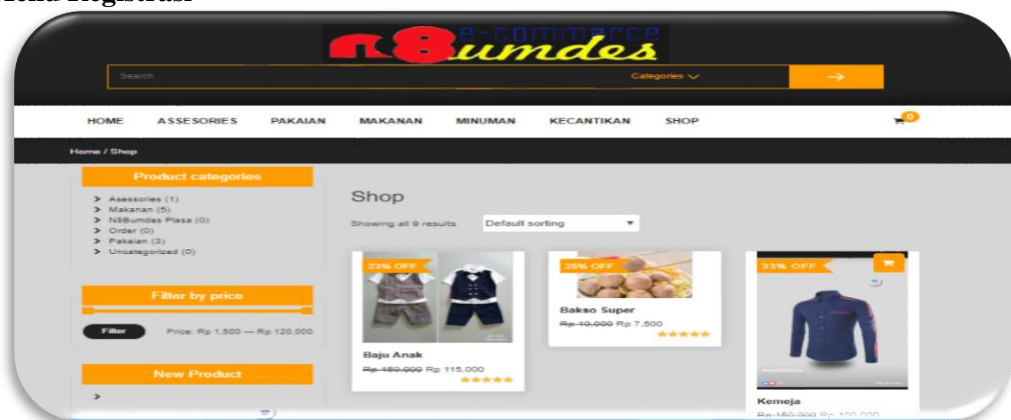
Gambar 2.2 Tampilan Login Account N8 E-Bumdes

2. Menu Home



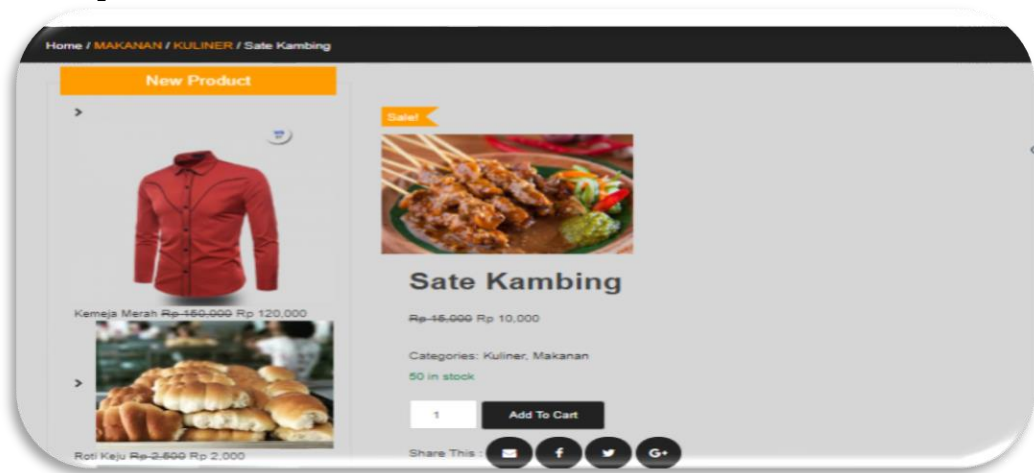
Gambar 2.3 Tampilan Menu Home N8 E-Bumdes

3. Menu Registrasi



Gambar 2.4 Tampilan Registrasi Home N8 E-Bumdes

4. Menu Input E-Commerce



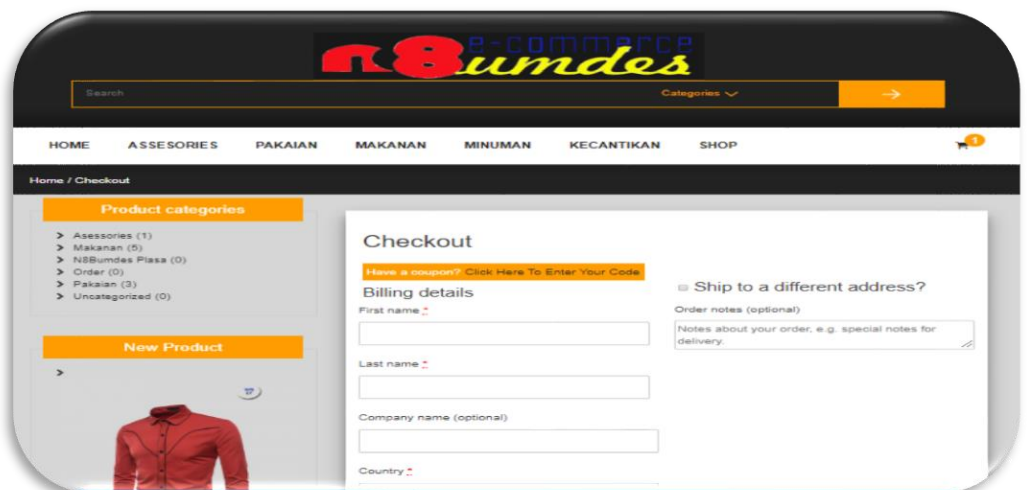
Gambar 2.5 Tampilan Input E-Commerce E-Bumdes

5. Menu Order Barang



Gambar 2.6 Tampilan Order Barang

6. Menu Transaksi



Gambar 2.7 Tampilan Transaksi Barang

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan menerapkan E-Commerce dapat memberikan suatu manfaat yang begitu besar untuk meningkatkan kualitas dan perkonomian di Desa N8 sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian menjadi lebih baik dan dapat membantu dalam peningkatan kualitas dari Bumdes tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Khalid Alia Akhmad.,2015.,*Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif pada Distri di Kota Surakarta)*, Duta.com, Vol 9 No.1 September 2015, ISSN : 2086-9436.
- [2] Julisardan Eka Miranda.,2013.,*Pemakaian E-Commerce Untuk Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing*,ComTech, Vol 4 No.2 Desember 2013, ISSN : 638-645.
- [3] Ni Made Werin Sarastyarinidan I Ketut Yadnyana.,2018.,*Pengaruh E-Commerce dan Efektivitas Kerja Pengguna terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil, Menengah di Denpasar*, E-Jurnal Akuntansi Univeritas Udayana, Vol 24 No.3 September, ISSN : 2302-8556.
- [4] Nuryanti.,2013.,*Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Jurnal Ekonomi, Vol 21 No.4 Desember 2013.
- [5] Titi Rapini, Umi Farida, Setyo Adji.,2018.*Menuju Keberhasilan Pembinaan Usaha Kecil dan Menengah D Kabupaten Ponorogo*, Jurnal Teknik InformatikaVol13,No2(2018) ISSN:2301-8364.