

SISTEM FREEWEBSTORE UKM KERIPIK PISANG FG BERBASIS TEKNOLOGI DI PEKON GEMAHRIPAH KEC PAGELARAN KAB. PRINGSEWU

¹Rita Sagita dan ²Herlina

¹Fakutas ilmu Komputer Institut Informatika dan Darmajaya
²Fakultas EKonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Darmajaya
Jl. Z.A. Pagar Alam No. 93, Bandar Lampung - Indonesia 35142
Telp. (0721) 787214 Fax. (0721) 700261
Email: herlina@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

Pringsewu district is currently developing technology through the field of technology and business, one of them get technology development for SME business that is in Pekon Gemahripah Kec. Show Kab. Pringsewu. Business on SMEs Banana Chips FG developed the way of marketing through E-Commerce. E-Commerce is an application that is used as a medium to display the writings on the internet, namely Freewebstore. But in SMEs owned by Mrs. Ana Lestari, the sale is still not optimal, because of the only market to stalls and market. Therefore applied Freewebstore for SMEs Banana Chips Mrs. Ana Lestari, so that sales can be more optimal and better by using online media in accordance with current technological developments.

Keywords: E-Commerce, SMEs Banana Chips

ABSTRAK

Kabupaten Pringsewu saat ini mengembangkan teknologi melalui bidang teknologi dan bisnis, salah satunya mendapatkan pengembangan teknologi untuk bisnis UKM yaitu di Pekon Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu. Bisnis pada UKM Keripik Pisang FG dikembangkan cara pemasarannya melalui E-Commerce. *E-Commerce* adalah sebuah aplikasi yang digunakan sebagai media untuk menampilkan tulisan-tulisan pada internet, yaitu *Freewebstore*. Tetapi dalam UKM milik Ibu Ana Lestari penjualannya masih belum optimal, karena hanya memasarkan ke warung - warung dan pasar. Maka dari itu diterapkanlah *Freewebstore* untuk UKM Keripik Pisang Ibu Ana Lestari, sehingga penjualan dapat lebih optimal dan lebih baik lagi dengan menggunakan media *online* sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

Kata Kunci : E-Commerce, UKM Keripik Pisang

I. PENDAHULUAN

Pekon Gemahripah mempunyai perkebunan pisang dan masih minimnya pengetahuan tentang pengolahan pisang sehingga masyarakat yang ada di Pekon Gemahripah mampu mengembangkan hasil perkebunannya menjadi olahan keripik pisang. Dengan melakukan pelatihan pada UKM keripik pisang tersebut sistem yang masih dilakukan dengan cara yang sederhana yaitu memasarkan di warung - warung dan pasar, sistem penjualan belum menggunakan media online. UKM Keripik Pisang yang diperbaiki sistem pemasarannya adalah UKM Keripik Pisang Ibu Ana Lestari. Ibu Ana Lestari memulai usahanya secara otodidak dengan mempelajari dari para pembuat keripik pisang disekitarnya. Sektor pemasarannya baru memenuhi pasar masyarakat Pekon Gemahripah, karena kekurangan promosi dan distribusi, produk keripik pisangnya, sehingga hanya sebagian orang yang mengetahui.

Dengan itu dibuatlah rancangan dan membangun sebuah Freewebstore pada UKM Keripik Pisang FG Ibu Ana Lestari yang mampu mengatasi permasalahan-permasalahan penjualan dan pemasaran sehingga dapat menghasilkan informasi bagi pembeli dan dapat mempermudah

masyarakat untuk mengetahui produk dan komunikasi dengan produsen tanpa harus datang ke lokasi. Proses Pemasaran menggunakan aplikasi freewebstore akan memudahkan penjualan produk keripik FG ke seluruh konsumen yang berada di tempat lain atau dunia.

UKM (Usaha Kecil Menengah) Keripik Pisang yang ada di Pekon Gemahripah Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu, merupakan Usaha Cemilan Khas Lampung. Tapi usaha ini dalam bidang penjualannya masih kurang efektif. Dengan membuat Freewebstore, masalah yang ada mampu dapat di atasi. Hal pertama yang dilakukan adalah melakukan persiapan. siapkan foto-foto keripik pisang beserta spesifikasinya, harganya, dan tentukan pula cara bagaimana pembeli akan membayarnya. Serta siapkan pula sebuah alamat e-mail untuk melakukan pendaftaran setelah itu melakukan pendaftaran Freewebstore untuk mendapatkan domain gratis, sekaligus menjadi alamat toko online dan hostingnya, semuanya gratis. Freewebstore dapat memudahkan kita dalam menginformasikan UKM Keripik Pisang kepada Konsumen yang ingin mengetahui produk yang ada karena tampilan pada Freewebstore sangat rinci dengan foto beserta harga dan

manfaatnya. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang dengan rincian yang ada dan menentukan apakah mereka jadi memesan atau tidak.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

2.1 Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012,p7), bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan. Menurut Raymond E Glos yang dikutip oleh Umar (2005,p31) dalam bukunya yang berjudul “Business : its nature and environment : An Introduction” yang dikutip oleh Umar, bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industry yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.

Menurut Grififin dan Ebert (2007,p4), bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba. Dari pengertian diatas, dapat penulis menyimpulkan bisnis adalah kegiatan sebuah organisasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menciptakan barang atau jasa untuk mendapatkan

keuntungan dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.

2.2 Fungsi Utama Bisnis

Berdasarkan Madura (2007,p12) Jenis – jenis utama dari keputusan yang terlibat dalam menjalankan bisnis dapat diklasifikasikan sebagai keputusan : 1) Manajemen (management); Cara bagaimana karyawan dan sumber daya lainnya (seperti mesin) digunakan oleh perusahaan. 2) Pemasaran (marketing); Cara bagaimana produk (atau jasa) dikembangkan, ditetapkan harganya, didistribusikan dan dipromosikan ke pelanggan. 3) Keuangan (finance); Cara bagaimana perusahaan memperoleh dan menggunakan dana operasi bisnisnya. 4) Akuntansi (accounting); Ikhtisar dan analisis atas kondisi keuangan perusahaan dan digunakan untuk membuat beragam keputusan bisnis. 5) Sistem informasi (information system); Meliputi teknologi informasi, orang, dan prosedur yang menyediakan informasi yang sesuai sehingga karyawan perusahaan dapat membuat keputusan bisnis.

2.3 E-Commerce

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban (2012,p38), Perdagangan elektronik (electronic commerce, disingkat EC, atau e-commerce) mencangkup proses

pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Beberapa orang memandang istilah perdagangan (e-commerce) hanya untuk menjelaskan transaksi yang dapat dilakukan antar mitra bisnis. Jika definisi ini digunakan, beberapa orang menyadari bahwa istilah e-commerce sangat sempit. Sehingga, banyak yang menggunakan istilah e-bussines sebagai istilah penggantinya. Bisnis elektronik (electronic bussines atau e-bussines) mengarah pada definisi EC yang lebih luas, tidak adanya pembelian dan penjualan barang saja. Tetapi juga layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis. Lainnya memandang ebussines sebagai “aktivitas selain pembelian dan penjualan” di internet, seperti kolaborasi dan aktivitas intra bisnis.

2.4 Jenis E-Commerce

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban (2012,pp42- 43), e-commerce dapat dilakukan berbagai pihak, Jenis umum dari transaksi ecommerce yaitu 1.) Bisnis ke bisnis (bussines-to-bussines—B2B); Dalam transaksi b2b, baik penjual maupun pembeli adalah organisasi bisnis. Kebanyakan dari EC adalah jenis ini. 2.) Perdagangan kolaborasi (collaborative--c-

commerce); Dalam c-commerce para mitra bisnis berkolaborasi (alih – alih membeli atau menjual) secara elektronik. Kolaborasi semacam ini seringkali terjadi antara dan dalam mitra bisnis di sepanjang rantai pasokan. 3.) Bisnis ke konsumen (bussines-to-consumer—B2C); Dalam B2C, penjual adalah perusahaan dan pembeli adalah perorangan. B2C disebut juga e-tailing. 4.) Konsumen-ke-konsumen (consumer-to-consumer—C2C); Dalam C2C, seorang menjual produk ke orang lain. (Anda juga) dapat melihat C2C digunakan sebagai “customer-to-customer” (pelanggan ke pelanggan). Kedua istilah ini dapat dianggap sama, dan keduanya akan digunakan untuk menjelaskan orang – orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. 5.) Konsumen-ke-bisnis (consumer-to-bussines—C2B); Dalam C2B, konsumen memberitahukan kebutuhan atas produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen, Contohnya di Priceline.com, di mana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan, dan

Priceline mencoba untuk menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut. 6.) Perdagangan intrabisnis (intraorganisasional); Dalam situasi ini

perusahaan menggunakan EC secara internal untuk memperbaiki operasinya, Kondisi khusus dalam hal ini disebut juga sebagai EC B2E (business-to-its-employees). 7.) Pemerintah-ke-warga(government-tocitizen—G2C)

Dalam kondisi ini sebuah entitas (unit) pemerintah menyediakan layanan ke para warganya melalui teknologi EC. Unit-unit pemerintah dapat melakukan bisnis dengan berbagai unit pemerintah lainnya serta dengan berbagai perusahaan (G2B). 8.) Perdagangan mobile (mobile commerce—m-commerce); Ketika e-commerce dilakukan dalam lingkungan nirkabel, seperti dengan menggunakan telepon seluler untuk mengakses internet dan berbelanja, maka hal ini disebut m-commerce.

2.5 Kelebihan E-Commerce

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban (2012,p67), kelebihan e-commerce dibagi menjadi 3 yaitu : 1.) Kelebihan e-commerce bagi perusahaan : Ketersediaan pasar nasional dan internasional dan Penurunan biaya pemrosesan, distribusi dan penarikan informasi 2.) Kelebihan e-commerce bagi pelanggan; Akses ke sejumlah besar produk dan jasa, 24 jam sehari. 3.) Kelebihan e-commerce bagi masyarakat; Dengan mudah

dan nyaman memberikan layanan informasi, serta berbagai produk ke orang-orang di kota, di desa, dan berbagai Negara berkembang.

2.6 Kekurangan E-commerce

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban (2012,p68), ecommerce memiliki beberapa keterbatasan, secara teknologi dan nonteknologi, yang telah memperlambat pertumbuhan dan penerimanya. Keterbatasan teknologi meliputi kurangnya standar keamanan yang diterima secara universal, bandwidth telekomunikasi yang tidak cukup dan mahalnya akses. Keterbatasan nonteknologi meliputi persepsi bahwa EC tidak aman, segi hukumnya yang belum lengkap, serta kurangnya penjual dan pembeli besar yang penting.

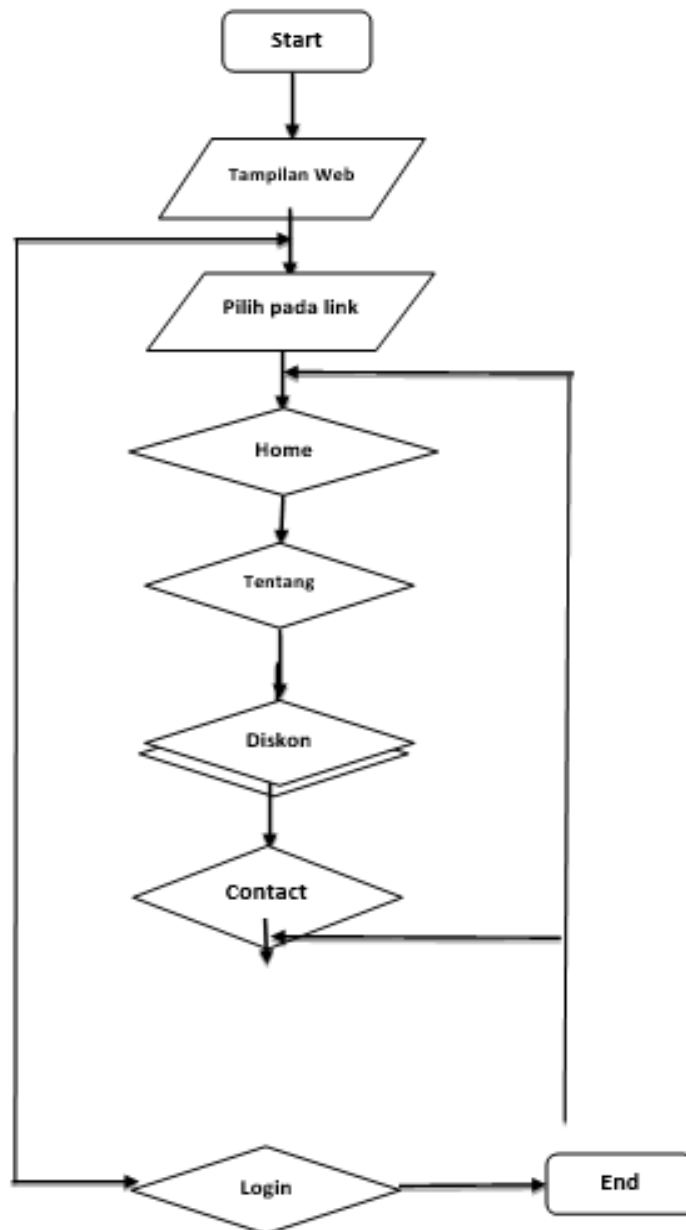
III. METODE PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah 1) Tahap awal; melakukan diskusi antara pelaku usaha dan tim pengabdian dalam melakukan pengoperasian komputer dan memberikan pemahaman mengenai manfaat penggunaan komputer dan internet sebagai saran alat pemasaran. Pada tahap awal ini diharapkan

hasilnya yaitu adanya pemahaman persepsi antara pelaku usaha dan tim pengabdian. 2) Tahapan Pelaksanaan; Pelatihan menggunakan internet dalam melakukan promosi. Dalam tahap ini, hasil yang diinginkan adalah diperolehnya modul E3)

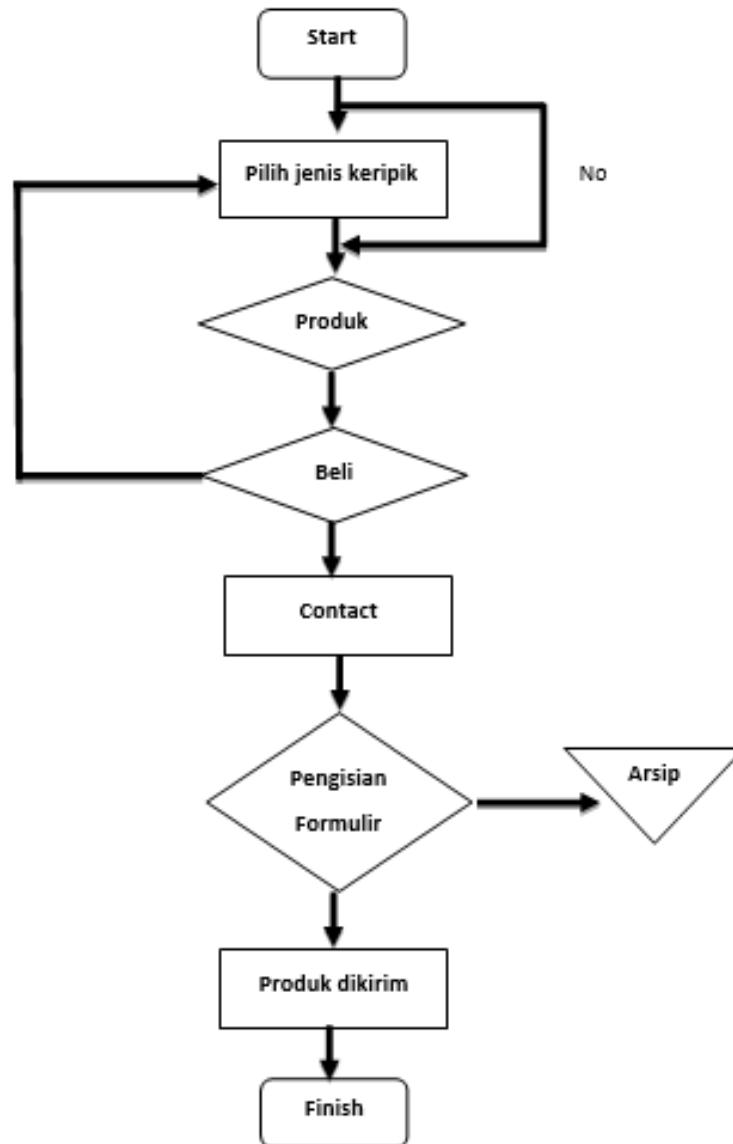
Tahapan pembuatan program E-Commers :

- Flowchart menu utama dapat dilihat pada gambar dibawah ini:
- Flow Chart menu utama Freewebstore



Gambar 1. Flowchart Menu Utama Freewebstore

Flowchart menu pemesanan produk dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 2. Flowchart Pemesanan Produk di Freewebstore

IV. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

UKM (Usaha Kecil Menengah) Keripik Pisang yang ada di Pekon Gemahripah Kecamatan Pagelaran Kabupaten

Pringsewu, merupakan Usaha Cemilan Khas Lampung. Tapi usaha ini dalam bidang penjualanya masih kurang efektif. Dengan membuat Freewebstore, masalah yang ada mampu dapat di atasi. Setelah dilakukan

pengumpulan data, maka produk selanjutnya akan dipasarkan pada media online Freewebstore. Setelah dirancang menggunakan Freewebstore, maka masyarakat yang sebelumnya belum mengenal Keripik Pisang Ibu Ana Lestari akan mengetahui informasi tentang keripik pisang tersebut. Data yang telah terkumpul kemudian akan menjadi bahan untuk membuat informasi pada Freewebstore.

Untuk membukanya maka login yang digunakan adalah keripikpisang891@mail.com, dengan password (*****). Tampilan Informasi yang sudah dirancang adalah:

1. *Home* Keripik Pisang Ibu Ana Lestari dan produk keripik pisang pada *Freewebstore*. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 3. Tampilan Home Keripik Pisang

Tampilan home pada gambar di atas berisikan produk keripik pisang dengan varian rasa apa saja yang di jual lengkap

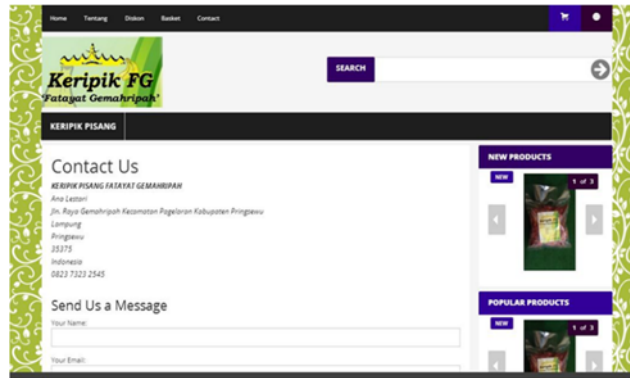
dengan harganya juga terdapat galeri foto tentang UKM Keripik Pisang Fatayat Gemahripah.

2. *About* Keripik Pisang pada *Freewebstore*. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 4. Tampilan About Keripik Pisang

3. *Contact* Keripik Pisang Ibu Ana Lestari pada *Freewebstore*. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 4. Tampilan Contact Keripik Pisang

Tampilan contact di atas memberitahukan bagaimana konsumen jika ingin memesan Keripik Pisang tersebut dengan menghubungi salah satu contact yang ada, sehingga mempermudah konsumen dalam pemesanan. Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan berupa:

1. Melakukan observasi pada UKM Keripik Pisang FG Ibu Ana Lestari yang akan dikembangkan.
2. Melakukan peninjauan sejauh mana perkembangan UKM Keripik Pisang FG Ibu Ana Lestari tersebut.
3. Mengumpulkan data-data tentang UKM Keripik Pisang Ibu Ana Lestari
4. Dengan dilakukannya promosi melalui Freewebstore di Pekon Gemahriyah,

orang-orang yang belum mengetahui Keripik Pisang Ibu Ana Lestari mulai mengetahui adanya keripik pisang, Sehingga daya minat masyarakat akan produk Keripik Pisang Ibu Ana Lestari semakin meningkat dan di kenal oleh masyarakat luas.

5. Setelah adanya pembuatan Freewebstore, Penjualan Keripik Pisang Ibu Ana Lestari lebih meningkat, karena pembeli dan peminatnya bukan di dalam daerah saja, melainkan di luar daerah , sehingga pemasukan atau penghasilan Ibu Ana Lestari lebih tinggi.

Freewebstore sendiri mempunyai kekurangan dan kelebihan antara lain :

1. Kelebihan menggunakan Freewebstore

Di dalam pembuatan Freewebstore, terdapat banyak kelebihan diantaranya memberikan kemudahan dalam pemasaran produk dengan gratis tanpa biaya. Freewebstore dapat digunakan oleh berbagai tingkatan umur mulai dari muda sampai tua, karena mudah dibuat dan digunakan. Konsumen yang ingin mengetahui produk di dalam Freewebstore sangat mudah untuk mendapatkan informasi tersebut karena tampilan pada Freewebstore sangat rinci dengan foto beserta harga dan manfaatnya. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang dengan rincian yang ada dan menentukan apakah mereka jadi memesan atau tidak.

2. Kekurangan menggunakan Freewebstore

Di dalam pembuatan Freewebstore juga terdapat beberapa kekurangan antara lain, jika koneksi internet tidak bagus maka Freewebstore yang dihasilkan juga tidak maksimal, karena jika konsumen membuka Freewebstore maka tampilannya akan lambat sekali terbuka. Maka dari itu setidaknya koneksi internet haruslah bagus, tetapi tergantung konsumen dimana membuka internet tersebut, apakah di tempat yang memiliki koneksi bagus atau di tempat yang memiliki koneksi kurang bagus.

V. KESIMPULAN

Pengembangan sistem informasi Keripik Pisang FG berbasis teknologi di Pekon Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan SIDesa yang dapat memberikan informasi mengenai desa sehingga dapat diakses atau dibaca oleh masyarakat Gemahripah maupun masyarakat luas.
2. Perancangan website dapat memberikan informasi yang up to date dan akurat bagi customer, sehingga ketika ada produk baru atau informasi baru tentang inovasi produk maupun harga terbaru, customer dapat langsung mengetahui berita dan informasi tersebut.
3. Perancangan SIDesa atau website dapat memberikan pelayanan lebih cepat daripada pelayanan sebelumnya yang dilakukan secara manual.
4. Perancangan SIDesa dapat melakukan penjelasan secara online mengenai perkembangan Pekon Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu.
5. Perancangan website dapat melakukan penjelasan secara online dan tidak harus mendatangi tempat produksi Keripik Pisang FG yang berada di Pekon

Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu.

6. Jangkauan informasi mengenai perkembangan Pekon Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu dapat bertambah luas dengan adanya SIDesa dan lebih efektif serta efisien dalam menyajikan informasi bagi masyarakat luas.
7. Jangkauan promosi dan pemasaran Keripik Pisang FG yang berada di Pekon Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu dapat bertambah luas dengan adanya website ini dan lebih efektif serta efisien dalam menyajikan informasi bagi customer.
8. Pemilik bisa mengetahui berapa pengeluaran untuk bahan baku keripik pisang dari bahan mentah ke barang jadi yang siap di pasarkan karena sudah adanya sistem perhitungan harga pokok penjualan.
9. Pemilik sudah lebih memahami pentingnya perhitungan harga pokok penjualan untuk mengetahui besarnya laba yang dapat diperoleh.
10. Dengan dibuatkannya merk dagang pada kemasan keripik pisang tersebut dapat membuat Keripik Pisang FG lebih dikenal oleh masyarakat dan

mempermudah akses pemesanan karena adanya contact person dari pemilik.

VI. SARAN

Saran yang dapat diberikan terhadap perancangan SIDesa dan website pada media promosi, cara pemasaran yang lebih baik karena sudah adanya label di kemasan keripik pisang yang dijual, dan perhitungan akuntansi yang tepat dapat membuat UKM Keripik Pisang FG yang berada di Pekon Gemahripah Kec. Pagelaran Kab. Pringsewu supaya dapat diterapkan untuk membantu mempromosikan Keripik Pisang FG. Selain itu, website ini masih dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi seperti pengaturan tampilan, penambahan animasi, penambahan konten lain, dan penanganan iklan yang up to date.

DAFTAR PUSTAKA

- T.Liang, D., & Efrain, T. (2005). *Decision Support System and Intelligent System*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke Delapan. Jakarta: Kencana.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. (p31)

Griffin, Ricky W; Ebert, Ronald J, (2007).
Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta:
Erlangga.

Madura, Jeff. 2007. Pengantar Bisnis. Edisi
Empat, Terjemahan. Penerbit
Salemba Empat, Jakarta.