
PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE UNTUK MENINGKATKAN PANGSA PASAR PENJUALAN KRIPIK UD ADUHAI GAMPONG KARANGNYAR KECAMATAN LANGSA BARO KOTA LANGSA

¹ Heri Irawan dan ² Rizalul Akram
Staf Pengajar Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik UNSAM
irawan350@gmail.com

Abstrak

Sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu wilayah. Walaupun IKM masih mempunyai permasalahan yang kompleks salah satunya tentang pemasaran. Diantara IKM yang ada di kota langsa salah satunya usaha keripik singkong yang berada di Gampong Karang Anyar Kecamatan Langsa Baro yang sudah berjalan hampir 20 tahun. Terdapat beberapa Unit usaha pembuatan keripik singkong di Gampong Karang Anyar ini dengan rata-rata kapasitas produksi bervariasi sekitar 100 kg/hari. Minimnya pemasaran dan strategi yang masih konvensional mengakibatkan IKM tidak bisa berkembang secara signifikan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mencoba memberikan solusi kepada Mitra tentang permasalahan yang dihadapi di bidang pemasaran dengan menggunakan metode e-commerce berbasis website. Dengan cara ini diharapkan dapat meningkatkan market share tidak hanya wilayah Kota Langsa tetapi sampai luar daerah. Sehingga dengan sendirinya kapasitas produksi bisa meningkat sampai 50%. Dengan membangun website dan memberi pelatihan pengelolaannya diharapkan IKM ini berkembang pesat

Kata Kunci : IKM, e- Commerce berbasis Website, Market Share

Pendahuluan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Universitas Samudra dilaksanakan melalui Lembaga Pengabdian Masyarakat dan Penjaminan Mutu (LPPM-PM) yang bekerja sama dengan lembaga lain. Dalam kegiatan ini, LPPM-PM Universitas Samudra bekerja sama dengan Industri Kecil Menengah (IKM) yang berada di Gampong Karang Anyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan menjadi solusi bagi IKM yang ada di Kota Langsa secara umum dan khususnya Gampong Karang Anyar supaya lebih berkembang

Di Karang Anyar sendiri terdapat beberapa IKM yang ada yaitu pembuatan keripik singkong dan tempe. Salah satu usaha pembuatan keripik singkong yang bersedia bekerja sama adalah UD Aduhai. Usaha ini sudah di rintis semenjak 23 tahun yang lalu. Dengan bekal pengalaman usaha yang serupa di daerah Lampung. Awalnya hanya mengolah keripik singkong dengan original rasa. Kemudian berkembang dengan berbagai rasa seperti rasa balado, sapi panggang, jagung manis, pedes manis. Seiring berkembangnya usaha menambah jenis produk yaitu keripik pisang dan ubi ungu. Rata-rata produksi dalam sehari berkisar 100-200 kg/hari. Kecuali menjelang hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru bisa mencapai 600kg/hari. Usaha ini memperkerjakan 3 orang pekerja untuk bagian produksi dan pengemasan. Dengan mempertahankan kualitas baik bahan baku maupun rasanya keripik singkong ini cukup di gemari dan di kenal di Kota Langsa

Ada beberapa kendala usaha keripik singkong di Karang Anyar diantaranya adalah :

1. Sumber Daya Manusia (SDM)
Permasalahan dari segi SDM adalah rendahnya kualitas SDM pelaku industri. Seperti contoh dalam manajemen, pelaku usaha tidak mempunyai pembukuan dalam mengatur proses produksi
2. Pemasaran
Dari segi pemasaran masalah yang timbul seperti pemasaran yang masih bersifat tradisional yaitu pembeli datang langsung sehingga produksi didasarkan atas pesanan yang ada. Hal ini tentu saja sangat merugikan karena pembeli hanya sebatas yang mengetahui lokasinya dan sebatas masyarakat langsa. Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka cabang baru, ikut pameran, pembuatan dan penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya Internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UKM. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan Internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas
3. Permodalan
Dari segi permodalan bisa dikatakan pelaku usaha memiliki modal yang kecil. Ditambah sangat sulit untuk mendapatkan pinjaman modal usaha dari lembaga keuangan
4. Teknologi
Dari segi teknologi pelaku usaha ini masih terbatas dalam kepemilikan teknologi tepat guna yang digunakan dalam proses produksi dan masih menggunakan alat tradisional. Misalnya dalam memotong bahan baku singkong masih menggunakan tenaga manusia sehingga produksi kurang efisien

Dari beberapa permasalahan yang ada, Tim Pengabdian Masyarakat UNSAM sepakat dengan mitra untuk memprioritaskan permasalahan yang ada yaitu tentang pemasaran. Hal ini dianggap paling penting dikarenakan kunci berkembangnya suatu usaha di lihat dari seberapa besar nilai penjualannya. Penjualan bisa meningkat jika pangsa pasar nya cukup luas. Sehingga kita sepakat untuk mengembangkan strategi pemasaran ini dengan menerapkan e-commerce. Sehingga diharapkan market share penjualan keripik singkong ini mencapai seluruh Indonesia

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat di UD Aduhai Gampong Karang Anyar ini adalah :

1. Penerapan e-commerce dengan membangun website sebagai media promosi usaha keripik singkong yang akan di integrasikan ke media social seperti Bbm, Whats Ups (WA), Line, Facebook, twitter dan juga media on line seperti lintas atjeh dan lain-lain
2. Melatih pemilik/owner menjadi admin website sehingga akan lebih memudahkan dalam mengelola dan mengembangkan usahanya

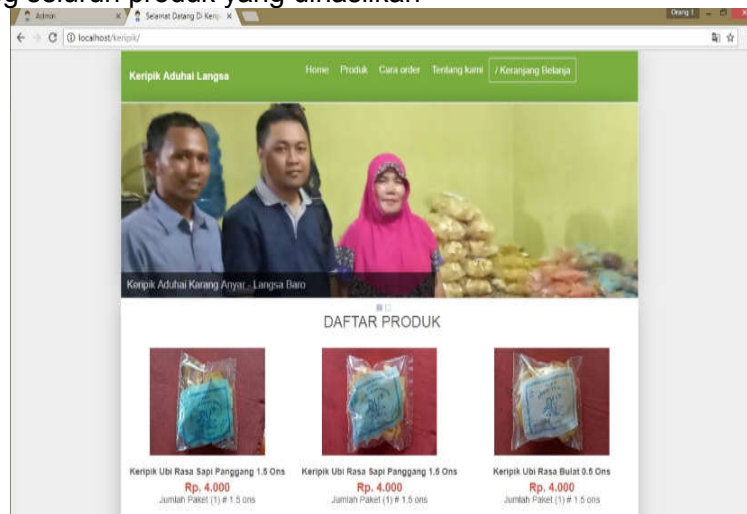
Hasil dan pembahasan

Dari beberapa permasalahan yang ada, Tim Pengabdian Masyarakat UNSAM sepakat dengan mitra untuk memprioritaskan permasalahan yang ada yaitu segi pemasaran.

Justifikasi dari pengambilan permasalahan tersebut adalah bahwa segi pemasaran di rasa belum begitu optimal dan diakui oleh mitra belum pernah dilakukan sama sekali. Mereka masih secara tradisional dengan pembeli datang langsung untuk membeli keripik singkong. Oleh karena itu Tim pengabdian mencoba menawarkan solusi dengan penerapan e-commerce dengan membangun website

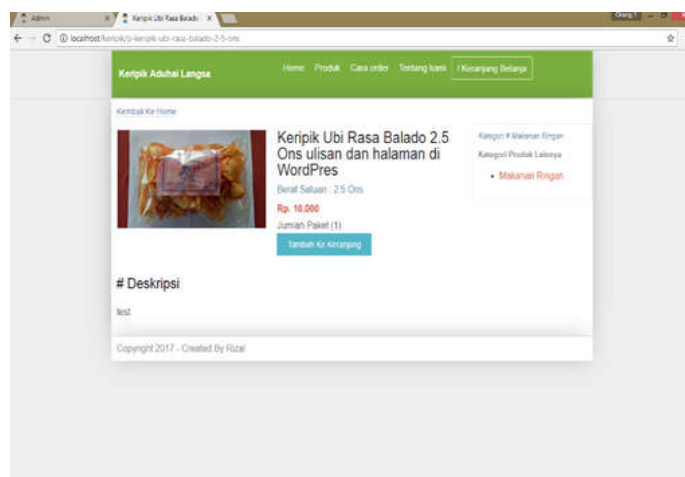
Metode yang di tawarkan dalam kurun waktu perode pelaksanaan pengabdian ini diantaranya adalah :

- a. Memahami proses bisnis dari usaha keripik singkong
Dilakukan saat sosialisasi program kegiatan pengabdian masyarakat dimana dihadiri mitra dalam hal ini pemilik IKM UD aduhai dan beberapa mahasiswa Jurusan Teknik Industri dan Teknik Informatika. Penekanan kegiatan ini adalah mengetahui secara detail alur dari proses penjualan keripik dimana penjual secara langsung kekonsumen. Disini kita berusaha menciptakan konsumen baru yang tidak secara langsung membeli produk keripik singkong dengan datang ke toko tetapi cukup melihat website yang didalamnya terdapat katalog dari semua produk yang akan dijual
- b. Membuat Katalog seluruh produk yang dihasilkan



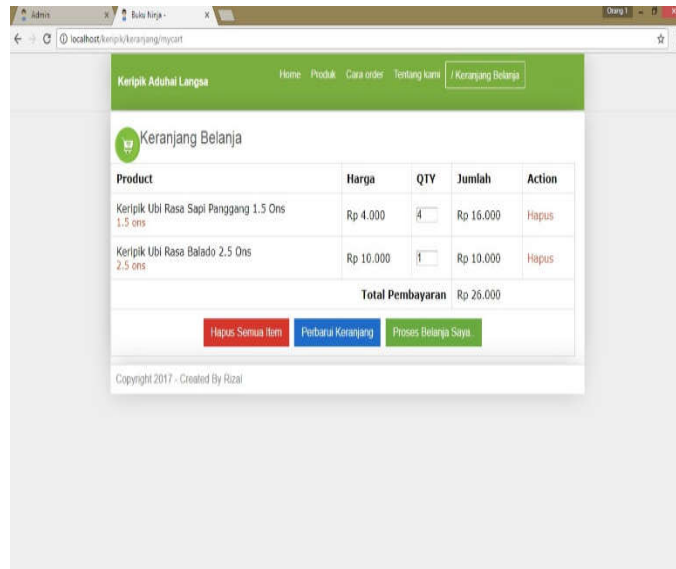
Semua produk yang dihasilkan ditampilkan sebagai katalog produk. Mulai dari keripik ubi rasa original sampai rasa balado.

- c. Pembuatan website dr UD Aduhai



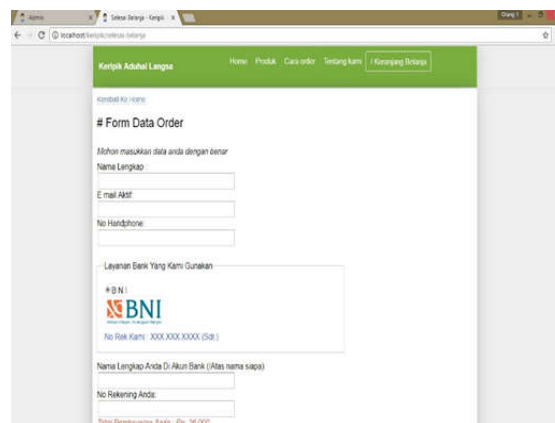
Gambar 1 contoh web produk detail

Di halaman ini ditampilkan produk detail mulai dari ukuran, rasa, harga, dan deskripsi dari produk tersebut. Diharapkan konsumen bisa mempelajari secara detail produk yang di tawarkan.



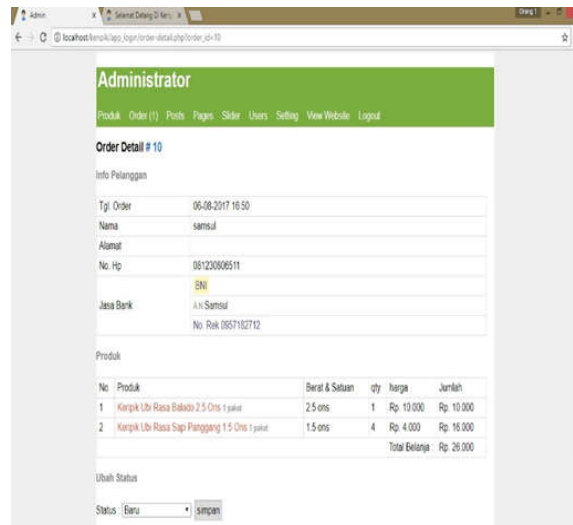
Gambar 2. Contoh web untuk keranjang belanja

Dihalaman ini ditampilkan keranjang belanja. Konsumen bisa menentukan berapa jumlah yang akan di pesan sehingga mengetahui total yang harus dibayarkan. Disamping itu konsumen bisa menentukan langkah apa yang harus dilakukan yaitu melanjutkan transaksi atau menghapus transaksi



Gambar 3 contoh web order

Dihalaman ini ditampilkan form untuk data order. Jadi konsumen mengisi biodata lengkap sesuai form yang kami sediakan kemudian memastikan nama dan nomor rekening dari konsumen supaya tidak terjadi kesalahan



Gambar 4. Contoh web administrator

Dihalaman ini ditampilkan halaman untuk administrator. Disinilah kuncinya dari pengelolaan e-commerce ini. Admin kita berikan pelatihan bagaimana caranya memasukan produk yang mau ditawarkan kekonsumen mulai dari memasukan foto produk, memberikan deskripsi produk, memberikan harga produk, dan memberikan penjelasan detail tentang produk yang ditawarkan. Selain itu Admin dilatih melihat berapajumlah order yang dipesan konsumen sampai berapa yang sudah dibayar.

d. Mengintegrasikan website ke beberapa media social

Website yang sudah kita buat kita hubungkan dengan beberapa media social seperti Whats Up (WA), Line dan BBM. Untuk kedepanya kita usahakan di hubungkan ke dians perindustrian dan pariwisata di beberapa Kota dan Kabupaten Di Aceh

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan pengabdian yang sudah kita lakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa IKM sangat membutuhkan pelatihan dan pendampingan terutama untuk memasarkan dan mempromosikan produk yang dibuat. E commerce sangat membantu dalam hal pemasaran karena memiliki jangkauan yang cukup luas. Tantangannya adalah rendahnya penguasaan IT oleh pengelola IKM sehingga Tim Pengabdian UNSAM dengan sabar menjelaskan penggunaan IT dengan bahasa sederhana yang mudah dipahami orang awam

Mengingat sarana dan prasarana yang kurang memadai terutama jaringan internet yang kurang lancar mengakibatkan saat pelatihan dirasa kurang maksimal. Sehingga diharapkan layanan operator khususnya kta langsa untuk meningkatkan ke layanan 4G

Ucapan Terima Kasih

- Terima kasih kepada Rektor, dan pimpinan LPPM dan PM Universitas Samudra untuk program PKM DIPA UNSAM dengan nomor kontrak 118/UN54/2017
- Terima kasih untuk IKM UD aduhai selaku mitra PKM dan Pemerintah Desa Karang Anyar Kecamatan Langsa Baro Kota langsa

- Terima kasih kepada mahasiswa Teknik Industri dan Informatika dan semua pihak yang membantu suksesnya PKM ini

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. M. Suyanto, 2003, Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi Yogyakarta
- [2]. Kuncoro, Mudrajad, 2008. Tujuh Tantangan UKM di Tengah Krisis Global. Harian Bisnis Indonesia 21 Oktober 2008
- [3]. Purbo, Onno W. 2000. Mengenal E-Commerce, PT Elex Media Komputendo:Jakarta
- [4]. Susilowati, Sinta. 2012. Jurnal Ilmiah Pembuatan Media Promosi dan Penjualan Berbasis Web Pada Toko Batik Kraton Mas Pacitan. Solo: Universitas Surakarta
- [5]. Okatvian , Diar Puji 2013, Membuat PHP Website Powerfull Menggunakan PHP, Mediakom, Yogyakarta
- [6]. Diana, Anastasia 2007, E- business Andi, Yogyakarta
- [7]. Baskoro, Adi 2012, Buku pintar membuat toko online, Media Kita, Jakarta
- [8]. Kotler, Philip dan kevin lane Keller 2009, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta
- [9]. Jogiyanto HM 2005, Analisis dan Design , Andi Offset, Yogyakarta
- [10]. Shera, Andi, Step by step internet marketing, PT Alex Media Komputindo, Jakarta