

PENDAMPINGAN IMPLEMENTASI APLIKASI E-COMMERCE SATE AYAM ONLINE KHAS PONOROGO**Lutfiyah Dwi Setia*¹, Lely Kumalawati²**^{1,2} Politeknik Negeri Madiun; Jl.Serayu 84 Madiun, (0351) 452970/(0351) 452960
Program Studi Komputersasi Akuntansi, Politeknik Negeri Madiun
e-mail: lutfiyah17@pnm.ac.id, lelykumalawati@pnm.ac.id**Abstrak**

Pengelolaan penerapan TI dalam suatu usaha bisnis tidak terbatas pada ketersediaan tools yang ada, tetapi memerlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dalam penguasaan e-commerce. Namun, sayangnya belum semua pengelola usaha memiliki SDM yang mendukung untuk pengelolaan TI. Keterbatasan SDM yang dimiliki bisa disebabkan karena ketidakmampuan pengelola dalam memanfaatkan penggunaan e-commerce, atau keterbatasan modal yang dimiliki sehingga belum mampu untuk merekrut pegawai yang kompeten dalam bidang TI. Belum banyak pengelola suatu usaha atau bisnis yang memanfaatkan media online sebagai alat untuk memasarkan produknya agar lebih dikenali masyarakat. Padahal dengan memanfaatkan media online sebagai media untuk memasarkan produk akan memberikan banyak manfaat. Manfaat yang didapatkan diantaranya masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan dengan mudah, bagi calon pembeli dapat melakukan perbandingan dengan produk lain sebelum melakukan transaksi pembelian, peluncuran atau promosi produk baru bisa dilakukan seefektif mungkin, meminimalkan biaya promosi, dan jangkauan pasar atau pangsa menjadi tak terbatas karena bisa diakses darimana saja dan oleh siapa saja.

Kata kunci—penerapan TI, e-commerce, sate ayam online**Abstract**

Management of IT implementation in a business is not limited to the availability of existing tools, but requires competent human resources (HR) in the mastery of e-commerce. However, unfortunately not all business managers have human resources that support for the management of e-commerce. Limitations of human resources that can be caused by the inability of managers in utilizing the use of e-commerce, or limited capital so that has not been able to recruit employees competent in the field of IT. Not many managers of a business or business that utilizes online media as a tool to market their products to be more recognizable to the public. Yet by utilizing online media as a medium to market the product will provide many benefits. Benefits obtained among the public can find the products offered easily, for potential buyers to make comparisons with other products before making a purchase transaction, launch or promotion of new products can be done as effectively as possible, minimize promotional costs, and the range of the market or the share becomes unlimited because can be accessed from anywhere and by anyone.

Keywords—IT implementation, e-commerce, online chicken sate**I. PENDAHULUAN**

Kesuksesan yang dicapai suatu usaha atau bisnis bisa dilihat dari pangsa pasar yang dimiliki. Semakin luas area cakupan pemasaran produk, kesempatan untuk

mendapatkan keuntungan semakin besar dan permintaan produk juga akan terus mengalir. Jika hal ini bisa tercapai, maka suatu usaha atau bisnis dapat bertahan dalam persaingan dan keberlangsungan usaha juga terjamin.

Namun, belum banyak pengelola usaha yang dapat memperluas dan mencapai pangsa pasar yang baru. Keterbatasan kemampuan dan modal yang dimiliki, serta SDM menjadi salah satu kendala yang dihadapi.

Masalah dalam pemasaran sebenarnya bisa diatasi dengan pemanfaatan media online yang ada dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, misalnya media jejaring sosial, seperti facebook dan twitter. Kemudahan dalam pengaksesan media jejaring sosial menjadi peluang bagi pengelola usaha untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran baru.

Belum banyak pengelola suatu usaha atau bisnis yang memanfaatkan media online sebagai alat untuk memasarkan produknya agar lebih dikenali masyarakat. Padahal dengan memanfaatkan media online sebagai media untuk memasarkan produk akan memberikan banyak manfaat. Manfaat yang didapatkan diantaranya masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan dengan mudah, bagi calon pembeli dapat melakukan perbandingan dengan Belum banyak pengelola suatu usaha atau bisnis yang memanfaatkan media online sebagai alat untuk memasarkan produknya agar lebih dikenali masyarakat. Padahal dengan memanfaatkan media online sebagai media untuk memasarkan produk akan memberikan banyak manfaat. Manfaat yang didapatkan diantaranya masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan dengan mudah, bagi calon pembeli dapat melakukan perbandingan dengan produk lain sebelum melakukan transaksi pembelian, peluncuran atau promosi produk baru bisa dilakukan seefektif mungkin, meminimalkan biaya promosi, dan jangkauan pasar atau pangsa menjadi tak terbatas karena bisa diakses darimana saja dan oleh siapa saja.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UMKM juga menjadi roda penggerak ekonomi masyarakat, terutama masyarakat ekonomi menengah dan ekonomi

bawah.

Dalam upaya mempertahankan bisnis yang dijalankan, UMKM dituntut untuk mulai menerapkan berbagai macam strategi bisnis dalam rangka pengembangan usaha untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan mendapatkan lebih banyak konsumen. Setiap pengelola UMKM tidak hanya dituntut untuk bisa menciptakan produk-produk unik namun juga harus memiliki kemampuan dalam hal memasarkan produk. Tanpa didukung strategi pemasaran yang tepat, dapat dipastikan bahwa bisnis UMKM tidak dapat berkembang dengan baik, bahkan bisa mengalami kebangkrutan.

Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk mendukung pengelolaan bisnis UMKM adalah dengan menerapkan teknologi informasi (TI). TI dapat diterapkan dalam setiap bisnis unit yang ada dalam UMKM. Kemudahan dalam penerapan dan memperoleh komponen pendukung TI, baik *hardware* dan *software*, membuat pengelola semakin berlomba untuk memaksimalkan keuntungan dan mencapai efektivitas kinerja yang dilakukan.

Penerapan TI dalam bisnis yang dijalankan UMKM memegang peranan penting untuk mencapai pengelolaan yang lebih efektif dan efisien. Dalam proses produksi, TI dapat berperan sebagai alat penjadwalan agar produk yang dihasilkan tepat waktu dan sesuai kebutuhan pasar, sehingga tidak terjadi produksi berlebih dan penumpukan produk yang akan dijual. Pengelolaan keuangan juga dapat didukung dengan penerapan TI dalam penghitungan biaya produksi hingga pendapatan dan keuntungan yang akan didapatkan. Produk yang akan dipasarkan juga dapat dikelola melalui penerapan TI dengan memasarkan secara online, sehingga cakupan runag lingkup pemasaran memungkinkan konsumen untuk mengetahui produk yang akan dijual. Pelaporan kinerja, baik dari proses pengadaan bahan baku, produksi, dan pemasaran, juga dapat dilakukan dengan mudah dan dapat disediakan jika sewaktu waktu dibutuhkan.

Pengelolaan penerapan TI dalam

suatu bisnis tidak terbatas pada ketersediaan *tools*, tetapi memerlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dalam penguasaan TI. Namun, sayangnya belum semua UMKM memiliki SDM yang mendukung untuk pengelolaan TI. Keterbatasan SDM yang dimiliki UMKM bisa disebabkan karena ketidakmampuan pengelola dalam memanfaatkan penggunaan TI, atau keterbatasan modal yang dimiliki sehingga belum mampu untuk merekrut pegawai yang kompeten dalam bidang TI. Sehingga, SDM merupakan faktor yang penting dalam mempersiapkan pengelolaan TI dalam setiap bisnis dan usaha yang dijalankan, serta kemampuan untuk bersaing dan bertahan dalam pasar.

II. METODE

Metode Pelaksanaan yang akan digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah “Participatory Rural Appraisal (PRA)” atau Pemahaman Partisipatif Kondisi”, dimana metode ini banyak melibatkan masyarakat pengrajin sate ayam dalam pelaksanaannya sehingga pengrajin sate ayam dapat memahami dan memiliki keterampilan dalam pengimplementasian e-commerce dengan baik dan benar. Metode ini memiliki beberapa tahapan yang digunakan, yaitu : 1) Identifikasi Masalah; 2) Analisa Kebutuhan; 3) Penyusunan Program; 4) Pelaksanaan Program; 5) Monitoring dan Evaluasi Program; 6) Pelaporan

Dalam prinsip kewirausahaan, membangun suatu usaha dan merealisasikan usaha tersebut merupakan *point of interest* dalam setiap sesi pertemuan. Salah satu bagian penting dalam realisasi usaha tersebut adalah tahap pemasaran produk. Pemasaran merupakan kunci kesuksesan suatu produk. Pemasaran yang selama ini banyak dilakukan adalah pemasaran secara konvensional, misalnya melalui pembagian dan penyebaran brosur, iklan, spanduk, dan menawarkan langsung ke calon pembeli. Cara yang dilakukan seperti ini tidak akan mencapai target pasar yang luas dan produk pun hanya dikenali oleh sebagian pembeli saja.

Sebagai salah satu perguruan tinggi yang berbasis TI, sudah seharusnya bisa memanfaatkan TI ini untuk menyelesaikan masalah dalam membangun usaha, terutama untuk melakukan pemasaran. Media online, seperti facebook dan twitter sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, dan hal ini bisa dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran secara online. Dalam memanfaatkan penggunaan media online sebagai sarana untuk memasarkan produk, seseorang perlu mengetahui tata cara penggunaan dan pemanfaatannya, agar tujuan pemasaran dapat tercapai.

Bagi pengrajin kampung sate khas ponorogo sekarang, menggunakan media online sudah menjadi kebutuhan dalam bersosialisasi. Hal ini sudah menjadi poin positif bagi masyarakat karena mampu menjangkau pertemanan dengan banyak orang dan berusaha membangun relasi bisnis dengannya. Hal ini bisa dimanfaatkan juga untuk mengenalkan dan menawarkan produk usaha yang akan dijual. Namun, belum banyak masyarakat yang bisa mengelola media online-nya sebagai sarana untuk pemasaran produk, sehingga masyarakat kampung sate salah satunya perlu adanya pendampingan dalam pemasaran online, baik berupa pembuatan web e-commerce, pelatihan branding produk, serta pelatihan-pelatihan pendukung mengenai cara-cara memanfaatkan media online untuk melakukan pemasaran produk.

Program kemitraan bagi Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan untuk mengatasi masalah-masalah yang muncul dalam masyarakat berkaitan dengan usaha dan media pemasaran produk dalam kampung sate.

Masalah yang dihadapi dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis adalah masalah pemasaran. Saat ini pemasaran banyak dilakukan dengan pembagian dan penyebaran brosur, iklan, spanduk, dan menawarkan langsung ke calon pembeli. Hal ini membuat ruang lingkup pasar menjadi terbatas dan tidak berkembang. Masyarakat kampung sate salah satu sumber potensi SDM yang berkompeten diharapkan dapat mengatasi permasalahan ini. Salah satunya

adalah dengan pemanfaatan media online untuk melakukan pemasaran produk, serta perbaikan proses pengemasan dan branding produk sate khas Ponorogo.

Dalam penyusunan program, ditargetkan untuk mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat kampung sate dalam menyelesaikan masalah pemasaran melalui media Online terutama penggunaan aplikasi e-commerce. Dengan optimalnya pemasaran yang dilakukan, maka usaha akan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan yang ditargetkan, sehingga hal ini bisa memperkuat jiwa kewirausahaan untuk terus melakukan inovasi dan kreasi dalam berusaha atau berbisnis.

Proses didalam implementasi e-commerce tidak terlepas dari ilmu Internet Marketing, bisa diibaratkan seperti kita membangun sebuah rumah. Kita perlu membangun pondasi, lantai, pintu jendela, atap dan bendera yang berkibar diatas rumah kita. Berikut ini penjelasannya

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Pondasi | Melakukan riset yang teliti, benar, tepat dan akurat untuk menghasilkan keyword (kata kunci) yang jitu. |
| 2. Lantai | Memantapkan posisi situs kita di internet dengan cara cara mendaftarkannya di situs-situs directory, backlink, ping, social media dll. |
| 3. Pintu dan Jendela | Membangun situs kita dengan cara yang baik dan benar. |
| 4. Atap | Memancing halaman pencarian.untuk menaikkan urutan situs kita di Google |
| 5. Bendera | Mempertahankan posisi situs kita dengan cara update content. |

Mesin Pencari (Search Engine) datang ke website kita lewat beberapa jalan. Yaitu:

Domain dan URL, Title, Description, Keyword, Tag, Anchor Text, dan Image.

Pelaksanaan program yang dilakukan dalam kegiatan pendampingan ini meliputi:

- Ceramah/ Sosialisasi
Dalam kegiatan ini diberikan materi tentang Branding Produk, dan pemanfaatan media online dalam pemasaran produk.
- Diskusi
Para peserta akan mendiskusikan proses pengemasan produk yang lebih steril dan tahan lama.
- Praktek
Untuk menunjang pelatihan maka dibutuhkan sebuah kegiatan langsung yaitu berupa praktek. Dengan metode praktek maka peserta mampu melakukan simulasi dan menerapkan apa yang telah dipelajari dalam teori. Adapun Praktek yang akan dilaksanakan antara lain :
 - Praktek Branding Produk
 - Praktek Pengemasan Sate Khas Ponorogo yang lebih steril dan tahan lama
 - Praktek pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk
 - Pendampingan
 - Proses pendampingan dalam mengimplementasikan aplikasi e-commerce ini dilaksanakan selama 2x dalam satu bulan, yaitu setiap hari senin siang pekan 2 dan 4.. Setiap peserta secara aktif berdiskusi terkait permasalahan teknis maupun non teknis dalam perkembangan penjualan mereka selama proses pendampingan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan satu orang dosen dan satu mahasiswa Jurusan Komputerisasi Akuntansi Politeknik Negeri Madiun. Adapun kualifikasi Team Pelaksana pengabdian diantaranya :

1. Memiliki kemampuan manajerial dalam pengendalian kerjasama team baik dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan ataupun evaluasi.

2. Memiliki kemampuan dalam bidang pengembangan diri, Pemanfaatan Media Online
3. Memiliki skill e-commerce yang bisa menjadi penunjang dalam pelaksanaan kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan selama proses dan akhir pendampingan, pada aspek pencapaian tujuan pendampingan dan juga penyelenggaraan tutorial. Evaluasi proses dan hasil (pencapaian tujuan pendampingan) dilakukan dengan presentasi perkembangan penjualan pengrajin dalam satu bulan terakhir setelah diimplementasikannya e-commerce dan media sosial sebagai sarana pemasaran, kemudian tanya jawab, dan observasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini langsung mempraktekkan setiap program yang telah dirancang/ didesain sebelumnya. Hal ini diharapkan mampu membantu peserta dalam melakukan simulasi dan menerapkan apa yang telah dipelajari dalam teori. Adapun Praktek yang akan dilaksanakan antara lain :

- Praktek Branding Produk

Proses praktek branding produk dibatasi pada branding varian produk sate, yang selama ini hanya fokus pada pilihan sate tusuk ayam. Adapun varian produk tersebut diantaranya adalah sate ayam hotplate, sate ayam bakar panggang, Beef Steak crispy Lego dan lain sebagainya.

Dengan berbagai varian produk ini diharapkan konsumen menjadi lebih banyak pilihan dalam menentukan menu. Selain itu, pilihan varian produk ini menjadikan target market semakin luas, dari segi usia misalnya, menu Beef steak crispy dan sate ayam hotplate lebih banyak diminati oleh remaja dan mahasiswa dibandingkan dengan sate ayam tusuk biasanya. Berikut adalah gambar daftar menu varian produk sate ayam khas ponorogo.

Daftar Menu



Gambar 1. Proses branding produk dengan berbagai varian produk sate ayam

- Praktek Pengemasan Sate Khas Ponorogo yang lebih steril dan tahan lama

Pengemasan sate ayam khas ponorogo yang biasanya hanya dibungkus daun pisang dan besek bamboo, kini menjadi lebih steril dan tahan lama, yang biasanya hanya bertahan 2-3 hari kini bisa bertahan sampai 5-6 hari dalam suhu ruang karena dalam proses pembakarannya dilakukan lebih lama dan lebih kering kemudian langsung di vacuum, sehingga menjadikan sate ayam khas ponorogo menjadi siap dikirim ke luar negeri sekalipun.

Berikut adalah gambar packaging sate ayam online khas Ponorogo yang siap dikirim ke customer hongkong.

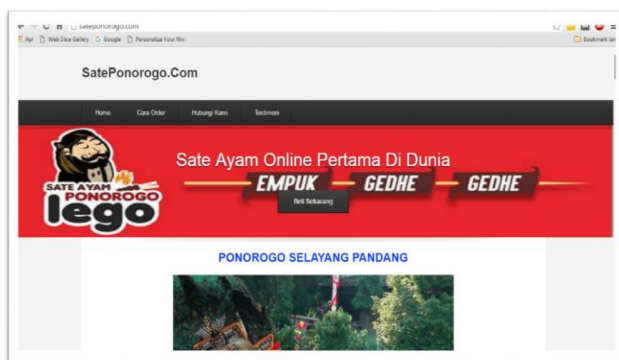


Gambar 2. Kemasan baru lebih steril dan tahan lama (vacum)

- Praktek pemanfaatan web e-commerce dalam pemasaran produk

Praktek implementasi pemasaran produk dengan menggunakan web e-commerce dapat dilihat langsung hasilnya pada alamat : <http://sateponorogo.com>

Berikut adalah gambar page pertama web tersebut.



Gambar 3. web e-commerce yang diTransfer Kepada Mitra

➤ Pendampingan

Implementasi aplikasi e-commerce pada proses pendampingan ini dilaksanakan selama 2x dalam satu bulan, yaitu setiap hari senin siang pekan 2 dan 4.. Setiap peserta secara aktif berdiskusi terkait permasalahan teknis maupun non teknis dalam perkembangan penjualan mereka selama proses pendampingan



Gambar 4. Suasana proses pendampingan pengrajin sate ayam khas ponorogo

Hasil kegiatan PKM ini dikatakan berhasil apabila mencakup beberapa aspek, yaitu :

1. Keberhasilan target jumlah peserta
2. Ketercapaian tujuan
3. Ketercapaian target implementasi e-commerce yang telah direncanakan

Jumlah peserta yang ditargetkan awal adalah 20 pengrajin sate ayam khas ponorogo, Alhamdulillah target tersebut dapat dipenuhi dengan tanpa kendala. Adapun ketercapaian tujuan dari hasil pengabdian ini mencapai 80 persen dari yang diharapkan, dikarenakan ada sekitar 20 persen pengrajin yang belum menyelesaikan proses branding varian produk pilihan mereka sampai pada batas waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Sedangkan pada proses implementasi e-commerce, tingkat ketercapaian target memang masih 50 persen dari yang diharapkan, karena hamper separoh pengrajin sate ayam khas ponorogo ini membutuhkan proses lebih lanjut untuk memahami proses teknis implementasi e-commerce dalam pemasaran produk mereka.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam pelaksanaan pengabdian Masyarakat oleh tim Politeknik negeri Madiun ini diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Program pengabdian kepada Masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan target dan luaran yang diharapkan
2. Pelaksanaan Program pengabdian dengan menggandeng mitra akan semakin mendukung tujuan dan tepat sasaran.

Adapun saran yang direkomendasikan setelah proses PKM ini adalah :

Perlunya manajemen pengelolaan dalam meningkatkan kuantitas dan kualitas program pengabdian kepada masyarakat pada Politeknik Negeri Madiun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Madiun yang telah memberi dukungan financial terhadap pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Zarnali, Cut, 2011, *Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Perilaku Produktif Karyawan di Divisi Long Distance PT. Telkom, Tbk, Indonesia*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis “Oikos-Nomos” Volume 4 Nomor 1/Januari 2011.
- Allan, Tan, M.G., dan Soemardjan, S, 1990, *Kemiskinan Struktural, Suatu Bunga Rampai*. Jakarta:YIIS
- Ellis, G.F.R. 2004. *The Dimension of Poverty dalam Social Indicator Research*
- Esmara, H. 2006. *Perencanaan dan Pembangunan di Indonesia*, Jakarta: Gramedia
- Kempton, J. 2005. *Human Resource Management and Development*. London:MacMillan, Press Ltd
- Moeljanto, T. 2006. *Pembangunan, Dilema dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Todaro, P. 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Jilid I. Jakarta: Ghalia Indonesia
-