

Jejuelen.com : Digitalisasi Pasar Produk Potensial Desa Karangmelok, Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso Guna Mewujudkan Desa Kreatif Mandiri

Januar Adi Putra^{1*}, Venantya Asmandani², Fahrobby Adnan³

^{1,3}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Email: *januaradi.putra@unej.ac.id

Abstrak—Desa Karangmelok, Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso memiliki banyak sekali produk potensial yang dapat dikembangkan untuk mengangkat perekonomian penduduknya, namun hal ini kurang termanfaatkan dengan baik. Kurangnya pemanfaatan perkembangan teknologi merupakan salah satu utama penyebab utama kurang dikenalnya produk potensial Desa Karangmelok, Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso. Dengan kurang efektifnya pemanfaatan teknologi maka pemasaran yang dilakukan tidak optimal dan mengakibatkan kecilnya pendapatan yang diterima. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Jember (UNEJ), Permasalahan utama yang telah disebutkan terjadi pada sebagian besar UMKM Desa Karangmelok Kecamatan Tamanan. Berdasar permasalahan diatas diusulkan kegiatan pengabdian dengan pemanfaatan teknologi yang dapat mewedahi seluruh UMKM Desa Karangmelok, sehingga dapat mewujudkan mimpi desa yakni menjadi DESA KREATIF MANDIRI. Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang telah dibangun mampu membantu dan mendukung peningkatan proses penjualan dan administrasi mitra khususnya pada modul pemasaran yang dikembangkan pada fase ini. Kemampuan aplikasi ini tidak lepas dari proses requirement gathering yang telah disesuaikan dengan kebutuhan user di lapangan, karena setiap user punya kebutuhan yang berbeda. Serta dalam penyajian data menyesuaikan dengan data kondisi real yang ada di lapangan. Sehingga informasi yang dihasilkan oleh aplikasi memiliki keakuratan data yang cukup tinggi dengan kenyataan di lapangan.

Kata Kunci: Digitalisasi; Desa Binaan; Market Place; Desa Kreatif; UMKM

Abstract— Karangmelok Village, Tamanan District, Bondowoso Regency has a lot of potential products that can be developed to lift the economy of the population, but these are not utilized properly. The lack of utilization of technological developments is one of the main causes of the lack of recognition of potential products in Karangmelok Village, Tamanan District, Bondowoso Regency. With the ineffective use of technology, the marketing carried out is not optimal and results in small income received. Based on data compiled by the Institute for Research and Community Service (LP2M) of the University of Jember (UNEJ), the main problems that have been mentioned occur in most MSMEs in Karangmelok Village, Tamanan District. Based on the problems above, it is proposed that service activities using technology can accommodate all MSMEs in Karangmelok Village, so that they can realize the village's dream, which is to become an MANDIRI CREATIVE VILLAGE. Based on the results of the service activities that have been carried out, it can be concluded that the application that has been built is able to help and support the improvement of the sales and administration processes of partners, especially in the marketing module developed in this phase. The ability of this application cannot be separated from the requirements gathering process which has been adapted to the needs of users in the field, because each user has different needs. As well as in presenting the data according to the real condition data in the field. So that the information generated by the application has a fairly high data accuracy with the reality on the ground.

Keywords: Digitalization; Village; Market Place; Creative Village; UMKM

1. PENDAHULUAN

Sejalan dengan lajunya perkembangan bidang teknologi, perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap survive. Era digital saat ini tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi. Namun, sudah merambah di berbagai aspek terutama pada dunia bisnis, salah satunya pemasaran dan penjualan produk. Pemasaran dan penjualan sudah marak dilakukan secara online baik kalangan atas sampai ke kalangan bawah. Hal ini menggantikan konsep pasar tradisional dimana penjual dan pembeli diwajibkan bertemu untuk melakukan transaksi. Perubahan konsep maupun pola ini dapat disebut juga dengan digitalisasi pasar. Pada proses pelaksanaannya, digitalisasi pasar menjurus pada teori digital marketing. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Digital marketing yang digunakan untuk komunikasi dan

transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. (Pradiani, Penjualan, and Malang 2017).

Digital Marketing dirasa mampu menumbuhkan dan mengembangkan UMKM dalam penjualan dan pemasaran produk-produk yang dihasilkan di setiap daerah. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam pelaksanaannya juga membuka lapangan pekerjaan dan berfungsi untuk peningkatan pendapatan daerah tersebut. UMKM berperan besar bagi pembangunan perekonomian Indonesia karena memiliki sejumlah keunggulan yakni biaya rendah, kemampuan fokus yang spesifik, kecepatan inovasi dan fleksibilitas nasional. Kabupaten Bondowoso memiliki banyak sekali potensi yang dapat dikembangkan untuk mengangkat perekonomian penduduknya. Potensi-potensi yang dimiliki ditampung dalam UMKM yang berdiri dimasing-masing daerah maupun kecamatan di Kabupaten Bondowoso. Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag), Bambang Soekwanto mengatakan Kabupaten Bondowoso memiliki 38 ribu UMKM yang telah berdiri. Jumlah ini telah melampaui target Bupati Bondowoso. Menurut Bambang, tahun 2015 ada 350 wirausaha baru dari semua sektor yang tumbuh di Kabupaten Bondowoso. Berdasarkan data Diskoperindag, rata-rata pertumbuhan UMKM di setiap tahunnya naik sebesar 1-2 persen. Salah satu desa yang memiliki potensi produk unggulan dengan nilai jual tinggi adalah Desa Karangmelok, Kecamatan Tamanan. Potensi dari desa ini yaitu penjualan Kerajinan Sangkar Burung, Budidaya Bunga Anggrek serta Pengolahan Pupuk Organik. Kegiatan potensial desa dapat dilihat pada Gambar 1, Gambar 2, dan Gambar 3. Dari potensi yang dimiliki, desa dengan jumlah penduduk 3028 orang ini bermimpi untuk menjadi desa yang mandiri yang dapat mengelola secara optimal segala potensi desa guna mensejahterakan seluruh masyarakat desa, baik dalam wilayah ekonomi, budaya dan sosial.



Gambar 1. Kerajinan Sangkar Burung.



Gambar 2. Budidaya Tanaman Anggrek.

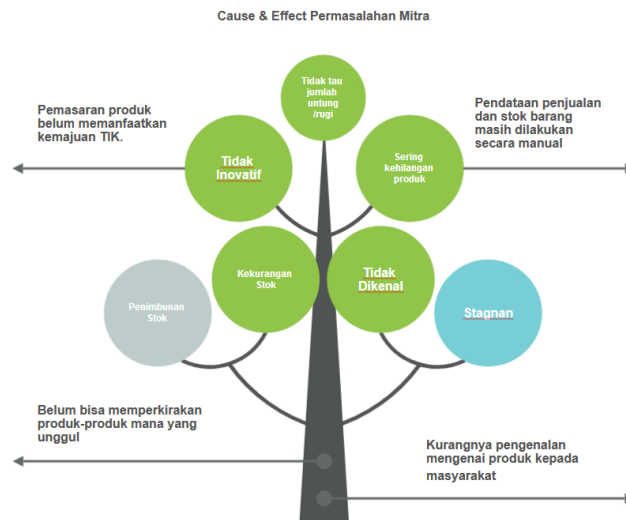


Gambar 3. Pengolahan Pupuk Organik

Namun dalam pencapaian mimpinya, desa ini memiliki permasalahan yaitu kurangnya pengetahuan untuk mengoptimalkan teknologi sebagai langkah mengembangkan potensi desanya. Padahal banyak masyarakat yang memiliki umur produktif, yang sekiranya perlu diperdayakan secara maksimal. Kurang maksimalnya eksekusi dalam pengembangan potensi terutama dalam bidang pemasaran sangat menyulitkan bagi para UMKM untuk terus melanjutkan usahanya (LP2M UNEJ, 2019).

Berdasar analisis situasi yang telah dilakukan pada Desa Karangmelok, Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso, maka didapatkanlah permasalahan umum yang terjadi yaitu kurangnya pengetahuan untuk mengoptimalkan teknologi sebagai langkah mengembangkan potensi desanya. Detail permasalahan dan efek yang terjadi dapat dilihat pada diagram Cause and Effect pada Gambar 4. Masyarakat Desa Karangmelok banyak yang memiliki umur produktif sehingga perlu diperdayakan secara maksimal untuk mewujudkan mimpi desanya. Detail permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Pemasaran produk belum memanfaatkan kemajuan TIK. Selama ini pemasaran hanya dilakukan melalui toko offline sehingga mengakibatkan pemasaran yang tidak luas.
2. Pendataan penjualan dan stok barang masih dilakukan secara manual sehingga sering terjadi kesalahan dalam penjualan setiap harinya.
3. Belum bisa memperkirakan produk-produk mana yang unggul setiap bulannya sehingga penjualan masing-masing jenis produk tidak merata dan sering kekurangan atau kelebihan stok.
4. Kurangnya pengenalan mengenai produk kepada masyarakat sehingga produk kurang dikenal masyarakat luas.



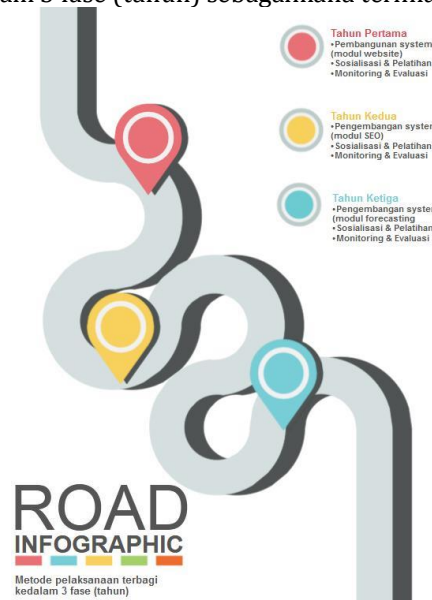
Gambar 4. Cause & Effect Diagram Permasalahan

2. METODE PELAKSANAAN

Pada kegiatan pengabdian ini, tim pengusul telah merumuskan metode pelaksanaan untuk mewujudkan solusi yang telah ditentukan. Dasar pertimbangan dalam merumuskan metode pelaksanaan adalah masalah yang dihadapi oleh mitra dan solusi yang ditawarkan. Metode pelaksanaan dibagi kedalam beberapa tahapan yang telah dirumuskan.

2.1 Tahapan Pelaksanaan

Metode pelaksanaan terbagi kedalam 3 fase (tahun) sebagaimana terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Roadmap Pelaksanaan Kegiatan.

Pada fase I pembangunan Sistem (modul website)

- Pada fase I ini tahapan pembangunan sistem berfokus pada pengembangan modul website jejuelen. Pembangunan sistem menggunakan System Development Life Cycle (SDLC) model Scrum. meruapakan sebuah kerangka kerja dimana didalamnya dapat memasukkan berbagai proses dan teknik. Scrum akan menunjukkan hasil dari praktik pengelolaan dan pengembangan produk sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih baik. Schwaber, et al (2011) mendefinisikan kerangka kerja dari Scrum yang terdiri dari tim Scrum dan peran- peran yang diperlukan, acara (event), artefak (artifact), dan aturan main. Aturan main dari Scrum mengikat acara, peran, dan artefak, serta menggambarkan hubungan dan interaksi antara satu komponen dengan yang lainnya.

Pada fase/tahun II, pengembangan system (modul SEO)

- Setelah sistem terbangun pada fase I, maka pada fase II ini akan dilaksanakan tahapan pengembangan sistem yang berfokus pada modul peramalan. Pengembangan sistem tetap menggunakan System Development Life Cycle (SDLC) model Scrum dengan tahapan yang sama seperti terlihat pada Gambar 5. Letak perbedaan pada fase ini dibandingkan dengan fase sebelumnya adalah fokus substansinya.

Pada fase/tahun III, pengembangan system (modul forecasting)

- Setelah sistem terbangun pada fase I dan dikembangkan pada fase II, maka pada fase III ini akan dilaksanakan tahapan pengembangan sistem yang berfokus pada pengembangan modul pemasaran. Pengembangan sistem tetap menggunakan System Development Life Cycle (SDLC) model Scrum dengan tahapan yang sama seperti terlihat pada Gambar 7. Letak perbedaan pada fase ini dibandingkan dengan fase-fase sebelumnya adalah fokus substansinya dan ruang lingkup operasinya. Pada tahap ini akan dikembangkan pengembangan sistem informasi (modul forecasting)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

IPTEK yang akan diimplementasikan berupa sistem informasi yang telah dirancang dan dikembangkan sesuai dengan rumusan solusi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Sistem informasi dibangun berbasis web terdiri dari 3 modul, modul jejuelen, SEO(Search Engine Optimization) dan forecasting/peramalan. Setiap modul dikembangkan secara parsial pada setiap tahun (selama 3 tahun jalannya kegiatan pengabdian). Sehingga pada tahun pertama, mitra sudah dapat menggunakan website jejuelen dalam penjualan dan pemasarannya. Pada tahun kedua, mitra dapat menggunakan modul website dan SEO. Pada tahun ketiga, mitra dapat menggunakan semua modul. Berikut merupakan kegiatan dan produk pengabdian ini :



Gambar 7. Kegiatan Pengabdian



Gambar 8. Halaman Login

Gambar 7 merupakan halaman awal dari jejuelen.com dan gambar 8 merupakan halaman Login digunakan untuk para penjual dan admin masuk ke akun mereka untuk dapat mengupload produk dari usaha mereka. Jika para calon penjual belum memiliki akun, mereka dapat mendaftarkan akun mereka melalui formulir pendaftaran yang telah disediakan pada gambar 9.

Gambar 9. Register

Pendaftaran dapat dilakukan dengan datang ke kantor desa, admin yang selaku perangkat desa juga dapat mendaftarkan penjual melalui halaman admin

No	nama	stok	harga	jenis	Oteh	Aksi
1	pupuk kandang	10	12000	pupuk	nana	Detail
2	pupuk organik	5	15000	bunga	nana	Detail
3	sangkar burung motif naga	1	900000	sangkar	joko	Detail

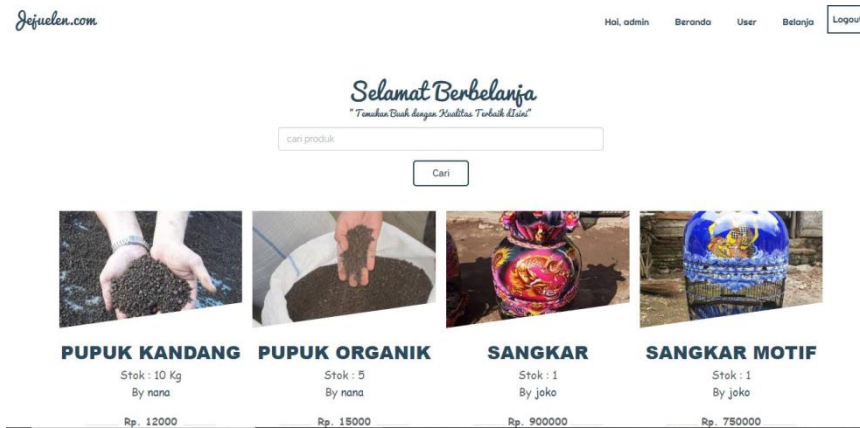
Gambar 10. Managemen Produk (Admin)

Halaman manajemen produk pada admin digunakan agar admin dapat memonitor produk setiap penjual yang ada di Desa Karangmelok

No	Nama	NoHp	Email	Jenis Kelamin	Alamat	Status	Aksi
1	joko	08723828382	joko@test.test	laki-laki	jl. lorem	setuju	Update Delete

Gambar 11. Managemen Penjual (Admin)

Halaman manajemen penjual adalah milik admin untuk mengontrol siapa saja penjual atau pengrajin yang ada di Desa Karangmelok.



Gambar 12. Katalog Produk

Halaman katalog produk tiap pengusaha ditampilkan di menu belanja untuk pembeli. Halaman ini berisi seluruh produk yang dijual oleh pengusaha di Desa Karangmelok. Jika pembeli berminat dengan produk dapat membeli melalui whatsapp, tokopedia atau bukalapak dengan link yang sudah disediakan oleh kami.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aplikasi yang telah dibangun mampu membantu dan mendukung peningkatan proses penjualan dan administrasi mitra khususnya pada modul pemasaran yang dikembangkan pada fase ini. Kemampuan aplikasi ini tidak lepas dari proses requirement gathering yang telah disesuaikan dengan kebutuhan user di lapangan, karena setiap user punya kebutuhan yang berbeda. Serta dalam penyajian data menyesuaikan dengan data kondisi real yang ada di lapangan. Sehingga informasi yang dihasilkan oleh aplikasi memiliki keakuratan data yang cukup tinggi dengan kenyataan di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- LP2M-UNEJ. (2019). Sistem Informasi Desa Binaan Universitas Jember Pusat Pemberdayaan Masyarakat LP2M UNEJ. Retrieved March 7, 2019, from <http://portallink.web.id/portal/detail>
- Rouf, A. (2012). Pengujian Perangkat Lunak Dengan Menggunakan Metode White Box dan Black Box. *Jurnal Teknologi Informasi HIMSYA-Tech*, 8(1), 1-7.
- Simatupang, T. M. (2008). Perkembangan Industri Kreatif. *School of Business and Management of the Bandung Institute of Technology*, 1-9.
- Sommerville, I. (2010). *Software Engineering. Software Engineering*. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2362.2005.01463.x>
- Suyanto, B. (2014). *Sosiologi ekonomi*. Prenada Media.