

PEMANFAATAN *WEBSITE E-COMMERCE* SEBAGAI *MARKETPLACE* DALAM KOMERSIALISASI PRODUK UMKM KIREINA DI KABUPATEN SAMBAS

^{1*}Milda Surgani Firdania, ²Narti Prihartini, ³Maya Marselia,
⁴Fathushahib

¹Politeknik Negeri Sambas, Jalan Raya Sejangkung
¹mildasurganif@gmail.com

² Politeknik Negeri Sambas, Jalan Raya Sejangkung
²narti.prihartini@gmail.com

³ Politeknik Negeri Sambas, Jalan Raya Sejangkung
³maya.marselia89@gmail.com

⁴Politeknik Negeri Sambas, Jalan Raya Sejangkung
⁴Fathushahib@gmail.com

Email Koresponding: mildasurganif@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu produk olahan jamu yang berasal dari Kabupaten Sambas adalah Kireina yang sudah dipasarkan sejak tahun 2020. Selama ini, pemasaran produk Kireina dilakukan secara *online* lewat sosial media Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Setelah lewat dari masa pembatasan *physical distancing* COVID-19 yang ditetapkan pemerintah, pemasaran produk Kireina dilakukan juga secara *offline* dengan dititipkan ke Dinas Pendidikan, warung-warung kopi, dan rumah makan, serta mengikuti beberapa pameran diantaranya BNPP_RI, Lalakuli, Pesta Rakyat Simpedes BRI. Media penyampaian informasi kepada pelanggan Kireina masih terbatas berdasarkan postingan pada media sosial secara online tanpa menginformasikan mengenai ketersediaan stok produk sehingga beberapa pelanggan yang terlambat untuk melihat postingan tersebut terkadang kehabisan untuk membeli produk yang diinginkan. Permasalahan prioritas bagaimana meningkatkan pemasaran dan komersialisasi dari produk olahan jamu Kireina ini menjadi dasar pengembangan sebuah marketplace berbentuk *website e-commerce* yang mampu memberikan informasi mengenai katalog produk dan ketersediaannya secara harian, memberikan informasi pemesanan produk maupun informasi promo produk yang dapat diketahui oleh pelanggan secara *real-time* serta membantu pihak manajemen untuk memantau perkembangan usaha. Luaran dari kegiatan pengabdian ini yang sudah tercapai adalah Teknologi Tepat Guna (TTG) dalam bentuk *website e-commerce* dengan alamat *domainnya* www.tokosambas.com, artikel di media massa atau elektronik, video di media elektronik, dan *manual book* dalam bentuk cetak dan *file*.

Kata Kunci: *Jamu, Marketplace, Website E-Commerce*

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia secara turun temurun mengenal obat dari alam dibuat ramuan dalam bentuk jamu. Jamu adalah obat tradisional Indonesia yang dibuat dari tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (*galenic*) atau campuran dari bahan tersebut, yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman. Bahan-bahan yang digunakan tidak menggunakan bahan kimia sintetik (Harmanto, 2007). Salah satu produk olahan jamu yang berasal dari Kabupaten Sambas adalah Kireina yang sudah dipasarkan sejak tahun 2020. Latar belakang usaha ini adalah pada saat munculnya virus corona 19 (COVID-19) di Indonesia, karena kondisi obat-obatan seperti vitamin C saat itu langka dan mahal sehingga pemilik usaha Kireina berpikir untuk menggunakan bahan-bahan alami yang mempunyai manfaat atau fungsi yang sama dengan obat-obatan tersebut.

Semenjak merebaknya virus corona 19 (COVID-19) di Indonesia pada awal tahun 2020, secara bersamaan terjadi perubahan perilaku yang disebut dengan kebiasaan baru di masyarakat. Kebiasaan baru yang terjadi mengacu terhadap protokol kesehatan sebagai upaya untuk memutus rantai penularan virus tersebut. Pembatasan aktivitas sangat besar dampaknya di masyarakat.

Tidak sedikit pemilik bisnis belum siap menghadapi pandemik. Sebagian besar terjadi pembatasan melakukan tatap muka langsung. Banyak bisnis yang dapat dimulai dilakukan secara *online* terkait *physical distancing* (Rambe, 2021). Demikian pula usaha olahan Jamu Kireina yang berasal dari Sambas, Provinsi Kalimantan Barat, yang mau tidak mau harus melakukan adaptasi dalam pemasaran dan penjualan. Permasalahan prioritas mitra yaitu bagaimana meningkatkan pemasaran dan komersialisasi dari produk olahan jamu Kireina ini menjadi dasar pengembangan sebuah *marketplace* berbentuk *website e-commerce* yang mampu memberikan informasi mengenai katalog produk dan ketersediaannya secara harian, memberikan informasi pemesanan produk maupun informasi promo produk yang dapat diketahui oleh pelanggan secara *real-time* serta membantu pihak manajemen untuk memantau perkembangan usaha.

Website e-commerce sudah merupakan kebutuhan dari bidang bisnis yang telah maju saat ini sebagai salah satu aspek penting yang mampu menarik minat pelanggan sebagai jalur pemasaran baru dengan daya jangkauan pasar yang lebih luas (Putra, 2020). Salah satu tujuan dari penjualan dengan memanfaatkan *e-commerce* adalah untuk meningkatkan *marketplace* secara digital. *Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi, 2017). Untuk memperluas pasar dapat dilakukan melalui keterlibatan para pelaku usaha dalam *e-commerce*. Saat ini pertumbuhan *e-commerce* cukup signifikan karena gaya masyarakat yang mulai bergeser dari belanja secara langsung di tempat menjadi cenderung berbelanja dan memesan produk secara online. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha kecil untuk dapat terlibat dalam maraknya pilihan *marketplace e-commerce* (Wahyuni, 2019). Oleh karena itu, media *marketplace* tersebut secara khusus dikembangkan dalam bentuk *website e-commerce* yang dapat diakses langsung oleh penjual dengan memperbaharui berbagai produk yang tersedia secara harian dan membantu calon pembeli untuk memesan produk yang diinginkan. Melalui pemanfaatan teknologi ini, UMKM Kireina Sambas dapat memaksimalkan komersialisasi produk dan melakukan manajemen produk dengan lebih baik guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. METODE

Metode pelaksanaan yang disetujui dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat dilihat dalam Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Pelaksanaan Kegiatan

2.1 Observasi

Observasi dengan cara survei lapangan dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan sekaligus mengamati proses bisnis yang berlangsung dalam proses manajemen hingga pemasaran yang dilakukan oleh pihak mitra. Dalam tahapan ini juga dilakukan wawancara terhadap pemilik dari usaha untuk mengetahui kendali apa saja yang dihadapi serta berdiskusi mengenai alternatif solusi pemecahan masalah.

2.2 Penentuan Masalah

Berdasarkan hasil observasi dilakukan pembahasan mengenai permasalahan prioritas mitra yang harus diselesaikan. Sesuai hasil diskusi dengan mitra, disimpulkan bahwa permasalahan mitra yang diupayakan untuk diselesaikan yaitu terkait dengan kurangnya komersialisasi produk serta informasi mengenai ketersediaan produk kepada para pelanggan. Selain itu, pemilik usaha juga merasa kesulitan melakukan pemantauan dan manajemen hasil produksi yang lebih informatif dalam bentuk grafik.

2.3 Upaya Pemecahan Masalah Mitra

Prioritas pemecahan masalah mitra didiskusikan lebih lanjut oleh tim pelaksana kegiatan untuk mendapatkan solusi yang sesuai dalam memecahkan persoalan mitra. Solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan yang dihadapi mitra yaitu membuat sebuah purwarupa *website e-commerce* yang dapat dimanfaatkan sebagai *marketplace* dari berbagai produk unggulan mitra yang dapat memberikan kemudahan dalam mendukung belanja secara *online* sehingga meningkatkan komersialisasi produk Kireina. Selain itu, tim pelaksana kegiatan juga akan melakukan pendampingan kepada mitra produktif dalam pemanfaatan teknologi tepat guna disertai instruksi pada *manual book* tersebut serta membantu penyebarluasan informasi mengenai penggunaan teknologi tersebut kepada masyarakat.

2.4 Pembuatan Website e-commerce

Pembuatan *website e-commerce* menggunakan metode pengembangan perangkat lunak dengan *Feature Driven Development (FDD)*. salah satu metodologi yang digunakan dalam pembuatan *software* ataupun aplikasi. FDD dipilih karena dapat meningkatkan efisiensi pengembangan aplikasi yang kompleks berdasarkan kebutuhan pengembangan fiturnya karena kemampuan metode ini yang bersifat *incremental* dan *interaktif*. FDD *Feature Driven Development* berfokus pada fitur-fitur yang dibutuhkan pengguna dan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: *Build an Overall Model, Build a Feature List, Plan by Features, Design by Feature* dan *Build by Feature..*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

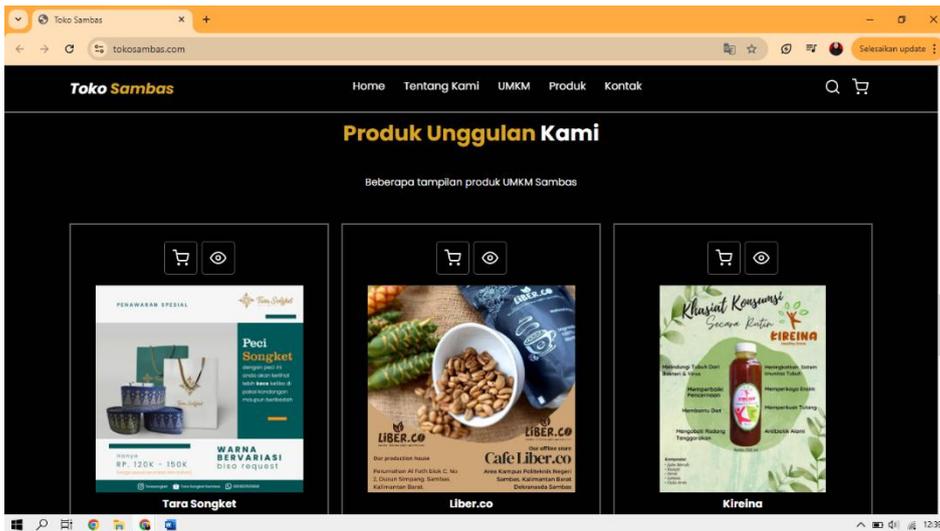
Kegiatan pengabdian ini telah terlaksana dengan baik dan lancar melalui persiapan yang matang. Berikut ini adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan, mulai dari tahap persiapan hingga ke pelaksanaan kegiatan sosialisasi *web marketplace*.

1. Persiapan Kegiatan

Persiapan kegiatan terdiri dari koordinasi dengan mitra mengenai permasalahannya dan solusi yang disepakati untuk menyelesaikan masalahnya. Ketua tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemilik UMKM Kireina Sambas. Berdasarkan kesepakatan, mitra setuju untuk menggunakan *marketplace* berbentuk *website e-commerce* yang dapat memberikan informasi mengenai katalog produknya sekaligus untuk memasarkan produknya.

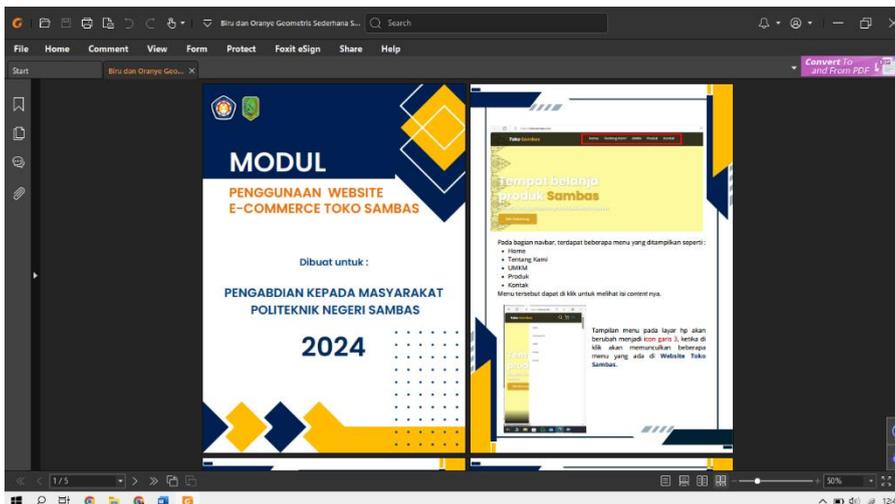
2. Pembuatan Website e-commerce dan Manual Book/Modul

Selanjutnya tim pengabdian melakukan pembuatan *website e-commerce* menggunakan *Wordpress* dan memanfaatkan fitur-fitur *e-commerce* untuk digunakan pada website tersebut, termasuk fitur untuk penjualan dan *chat* pembelian produk. Setelah website selesai dibangun, kemudian dilakukan pembelian *hosting* dan *domain*. Alamat sekaligus nama *website* yang dipilih adalah www.tokosambas.com, nama ini dipilih sebagai wujud dari kumpulan UMKM yang ada di Sambas selain memiliki toko secara fisik atau nyata, juga memiliki toko dalam bentuk digital.



Gambar 2. Tampilan Layar www.tokosambas.com

Kemudian dilakukan pembuatan *manual book/modul* berisi instruksi dan penjelasan mengenai *website* www.tokosambas.com.



Gambar 3. Tampilan *e-Modul* Penggunaan *Website e-commerce* Toko Sambas

3. Pelaksanaan Acara *Launching Website* Toko Sambas

Kegiatan berikutnya setelah *website* dan *modul* siap untuk digunakan adalah acara *launching website* www.tokosambas.com yang mengundang mitra utama yaitu UMKM Kireina Sambas dan beberapa UMKM lainnya seperti Tara Songket, Liber.co, dan Superburdas Instan. Acara tersebut dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 11 September 2024 bertempat di Lab Terpadu Politeknik Negeri Sambas. Berikut ini adalah susunan acaranya.

Tabel 1. Susunan Acara *Launching Website* Toko Sambas

No.	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1.	16.00-16.10	Pembukaan	Ketua Tim PKM
2.	16.10-16.30	Praktik penggunaan <i>Website E-commerce</i> Toko Sambas	Tim PKM
3.	16.30-16.45	Sesi tanya jawab	Tim PKM dan mitra
4.	16.45-17.00	Penutupan dan foto bersama	Tim PKM dan mitra

Acara tersebut terlaksana dengan baik walaupun waktu mulainya acara agak mundur karena menunggu kehadiran salah satu pemilik UMKM yang sedang menghadiri acara di tempat yang lain. Secara keseluruhan, semua pemilik UMKM yang hadir pada acara tersebut menyambut dengan baik kehadiran *website* [tokosambas.com](http://www.tokosambas.com) yang dapat membantu promosi

dan penjualan produknya. Diharapkan kedepannya *website* ini bisa dilengkapi lebih banyak lagi fitur-fitur yang dapat mempermudah proses jual-beli produk seperti marketplace yang lainnya.



Gambar 4. Foto Bersama TIM PKM dengan Para Mitra UMKM Sambas

Acara *launching website* ini ditutup dengan sesi wawancara oleh tim reporter surat kabar KIM Pojok Kata dengan pemilik UMKM Kireina Sambas dan wawancara dengan ketua tim pengabdian. Hasil wawancara dan liputan acara ini kemudian *diposting* ke berbagai media sosial, seperti di Facebook pada akun KIM Pojok Kata dan YouTube pada akun Politeknik Negeri Sambas.



Gambar 5. Foto Wawancara dengan tim dari KIM Pojok Kata

Selanjutnya adalah kegiatan *coaching clinic* dengan mitra Kireina agar mitra dapat benar-benar memahami dan menggunakan fitur-fitur yang ada pada *website* www.tokosambas.com. Kegiatan ini dilaksanakan di kampus Politeknik Negeri Sambas sebulan setelah acara *launching website* www.tokosambas.com.



Gambar 6. Kegiatan Coaching Clinic dengan Mitra Kireina

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa telah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh dosen-dosen Politeknik Negeri Sambas dengan mitra yaitu UMKM Kireina dan beberapa UMKM lainnya yang berada di Kabupaten Sambas, Provinsi Kalimantan Barat, dengan baik dan lancar. Peran mitra pada kegiatan pengabdian ini yaitu mitra memberikan informasi mengenai situasi permasalahan yang sedang mereka hadapi dan terlibat dalam diskusi dengan tim pelaksana pengabdian, agar hasilnya sesuai dengan yang dibutuhkan oleh mitra serta menyediakan data dan informasi yang diperlukan dalam pembangunan *website e-commerce* www.tokosambas.com.

REFERENSI

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (rekayasa sistem dan teknologi informasi)*, 1(2), 131-136.
- Harmanto, Ning. (2007). *Pilih Jamu dan Herbal Tanpa Efek Samping*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Putra, AD. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, Halaman 17–24.
- Rambe, A., Yogi Putra, S. E., Dahrul Siregar, S. E., Lubis, I. T., Furqan, S. E., Par, M. M., ... & Kom, S. (2021). *Bisnis Online di Masa Pandemi UMKM Bangkit!*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Wahyuni, N., & Gunawan, A. (2018). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).