

PERANCANGAN E-MARKETPLACE UMKM DI KABUPATEN KARO

Kris Inanta Br.Tarigan✉, Marlyna I. Hutapea, Rena Nainggolan

Program Studi D-III Komputerisasi Akuntansi, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia

Email: krisinanta09@gmail.com

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises or better known as SMEs. SMEs are developing very rapidly and have an important role for the economy. The main obstacle faced by SMEs actors is the difficulty of promoting products widely and this occurs in almost all SMEs, including Karo Regency SMEs, in terms of overcoming this, various strategies have been implemented by the Karo Regency Cooperative and SMEs services including: holding exhibitions in various regions, collaborating with third parties and provide business consulting services. However, these strategies are considered less effective because there are still many weaknesses such as the large costs required, limited SMEs that can participate, short time, and small scope of promotion. The purpose of this study is to develop a web-based e-Marketplace system as a medium for promoting SMEs products widely and to increase income for SMEs players in Karo Regency.

Keyword: System, Information System, E-Marketplace, SMEs.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang lebih dikenal dengan istilah UMKM. UMKM berkembang dengan sangat pesat dan memiliki peranan penting bagi perekonomian. Kendala utama yang di hadapi pelaku UMKM adalah sulitnya melakukan promosi produk secara luas dan hal ini terjadi hampir diseluruh UMKM termasuk UMKM Kabupaten Karo, dalam hal meengatasinya berbagai strategi telah diterapkan oleh pihak dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karo diantaranya: mengadakan pameran keberbagai daerah, melakukan kerjasama dengan pihak ketiga dan memberikan layanan konsultasi bisnis. Namun, strategi- startegi ini di nilai kurang efektif karena masih banyak terdapat kelemahan seperti besarnya biaya yang dibutuhkan, terbatasnya UMKM yang bisa ikut serta, singkatnya waktu serta kecilnya ruang lingkup promosi. Tujuan penelitian ini melakukan pengembangan sistem e-Marketplace berbasis web sebagai media promosi produk UMKM secara luas dan menambah pendapatan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Karo.

Kata Kunci: Sistem, Sistem Informasi, E-Marketplace, UMKM.

PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa era persaingan global kini merambah semua negara, termasuk Indonesia. Siap atau tidak, Indonesia harus menghadapi masa yang sangat kompetitif ini. Salah satu dampak yang muncul adalah persaingan di sektor keuangan. Ini adalah serangkaian tindakan moneter dan mata uang yang telah mengarahkan negara-negara di seluruh dunia untuk semakin mengoordinasikan pengaruh pasar tanpa mengganggu batas-batas wilayah nasional. Akibatnya, penerimaan kerangka moneter yang telah mengarah pada pengembangan pertukaran tenaga kerja dan produk, impor dan komoditas tidak terbayangkan dan keadaan saat ini disebut era ekonomi bebas (Abdullah, 2006). Sebagai salah satu negara berkembang di kawasan Asia, Indonesia yang industrinya masih ditopang oleh komoditas UMKM perlu menerapkan sistem yang tepat untuk menghadapi persaingan saat ini. UMKM yang terbukti mampu

menghadapi dampak kesulitan keuangan tahun 1998 akan mampu memfasilitasi masuknya produknya ke pasar Indonesia dan berharap dapat meningkatkan reputasinya, baik dari segi permodalan maupun eksplorasi pasar. Kabupaten Karo yang merupakan domain provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu kabupaten yang perekonomiannya ditopang oleh komoditas UKM.

Berdasarkan informasi dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Karo, ada sekitar 10.000 tamtama dengan berbagai item mulai dari kerja keras, menangani barang-barang perkebunan, makanan ringan, pakaian, bisnis imajinatif dan barang-barang lainnya. Data dari informasi Dinhubkominfo mendapatkan bahwa sekitar 5% dari pelaku UMKM ace inovasi dan menggunakannya untuk tujuan kemajuan item. Berangkat dari kenyataan tersebut, Pemerintah Kabupaten Karo melalui Satuan Kerja Perangkat Pelayanan (SKPD) Dinas Perhubungan,

Komunikasi dan Informatika, salah satu tugas pokok dan kapabilitasnya adalah membangun dominasi dan pemanfaatan TIK oleh daerah setempat. Persiapan latihan dengan materi yang berbeda, khususnya membuat rekaman khusus, pamflet dan daftar barang, membuat jurnal web, dan menggunakan hiburan online untuk penghibur UMKM secara teratur diselesaikan secara konsisten. Setelah hampir dua tahun melakukan latihan persiapan, sebagian besar anggota persiapan tidak mengungkit kembali akibat dari persiapan yang telah didapatkan, terlebih mereka tidak pernah melakukan refresh data, baik melalui jurnal online maupun web-based entertainment. yang telah dibuat. Variabel yang menyebabkannya adalah keterbatasan waktu, tidak adanya peralatan, aksesibilitas akses web dan tidak adanya otoritas inovasi. Dari hasil kajian yang dilakukan oleh Dinhubkominformasi, variabel-variabel tersebut yang melatarbelakangi mengapa ekspansi transaksi barang-barang UMKM belum besar dan nyata. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengaturan berdasarkan faktor-faktor riil yang ada sehingga pelaku UMKM dapat memanfaatkan inovasi, khususnya web untuk mengembangkan UMKM nya.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Informasi

Sistem informasi ialah gabungan benda saling berkaitan yang mempunyai fungsi untuk menggabungkan, menjalankan, menyimpan, dan mengalokasikan informasi agar mensupport keputusan dan pengawasan dalam organisasi. Sistem informasi adalah seperangkat prosedur organisasi yang, setelah diimplementasikan, menginformasikan para pengambil keputusan dan/atau arah organisasi (Hutahaean, 2014; Kadir, 2014)

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

UMKM ialah kependekan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sedangkan UMKM mencakup 3 jenis upaya menurut ukurannya, antara lain; Usaha mikro, Usaha kecil serta Menengah (Nurfadillah, 2022). Inilah arti mengikuti Undang – Undang dasar:

- a) Usaha Mikro ialah suatu usaha yang memiliki produksi oleh individual yang memiliki kriteria Ikhtiar kecil menurut Undang-Undang ini.
- b) Usaha kecil ialah suatu usaha keuangan produksi mandiri yang dijalankan bagi individual serta yang bukan termasuk subsidiary company dan perwakilan perseroan yang dipunyai, dikuasai, terus serta tidak sengaja merupakan bagian di perusahaan Sedang dan Superior yang dapat menangkup standar Usaha Kecil.

- c) Bisnis menengah ialah bisnis tetap yang menguntungkan yang diprakarsai oleh individu atau bisnis yang tidak secara langsung atau implicit dimiliki, dikendalikan, atau bagian dari organisasi yang merupakan bagian dari bisnis kecil atau perusahaan besar. Sumber daya bersih atau hasil tahunan seperti yang dijelaskan dibagian (1). Diatur dalam peraturan ini.

E-Marketplace

E-Marketplace adalah aplikasi atau URL yang menyediakan sarana penjualan dan penjualan daring dari beraneka sumber. Pemilik URL atau aplikasi enggak memegang barang apa – apa sertaperusahaannya cuma menyediakan barang orang lain kepada penggunanya dan kemudian menyediakan. E-Marketplace adalah induk pasar berbasis website yang diperoleh oleh produsen dan konsumen agar terciptanya pemasaran serta aktivitas e-commerce sebagainya. Kewajiban E-Marketplace sejenis pasar fisik menurut biasanya, tetapi E-Marketplace jauh lebih praktis sebab memberikan informasi yang cepat serta lancar dari beraneka fasilitas online (Irawati, 2022; Setiawan, 2021).

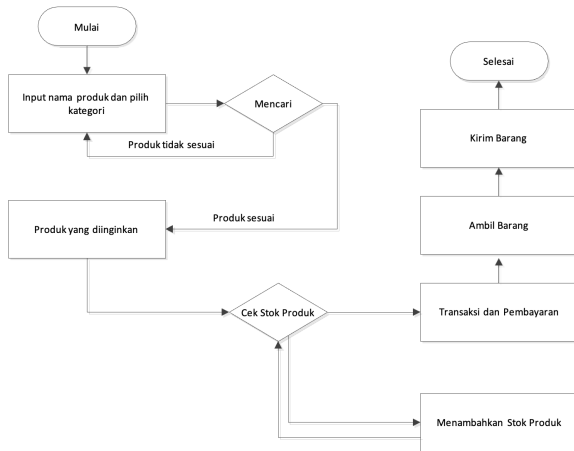
ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Analisis Sistem Berjalan

Setelah melakukan pengamatan terhadap UMKM di wilayah kabupaten karo masih dilakukan secara tradisional, banyak UMKM yang menjalankan usahanya secara langsung tidak memanfaatkan teknologi yang ada saat ini dengan arti kata para UMKM masih menjalankan usahanya dengan cara langsung. Para UMKM juga biasanya kesulitan di dalam menemukan konsumen, dikarenakan kurangnya informasi.

Analisis Sistem Usulan

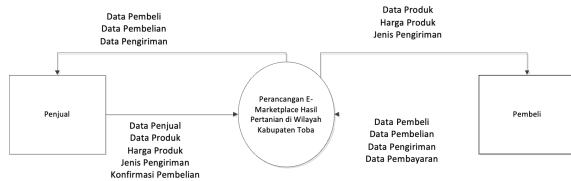
Berdasarkan dari sistem yang sedang berjalan, maka dari itu sistem usulan yang disarankan akan dibangun adalah perancangan e-marketplace UMKM dan adapun analisis sistem yang di usulkan digambarkan dengan flowchart.



Gambar 1. Flowchart Sistem Usulan

Diagram Alir Data

Diagram alir data atau sering disebut dengan DFD ialah suatu metode logika data yang berfungsi untuk merancang sebuah sistem dengan menggambarkan asal data, proses data serta data yang dihasilkan yang nantinya akan disimpan dari proses tersebut. DFD sering disebut juga sebagai Bubble Chart, Bubble diagram, model proses, diagram alur kerja, atau juga dengan model fungsi. Tujuan dari penggunaan Data Flow Diagram untuk membedakan mana proses logika dan mana sebuah proses suatu desain sistem.

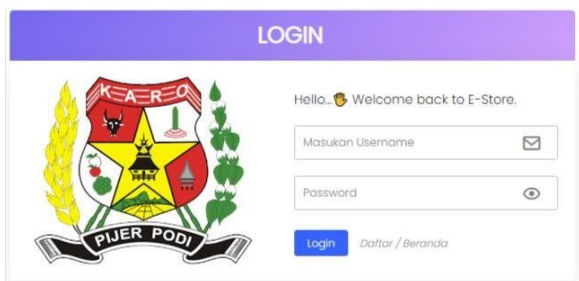


Gambar 2. Diagram Konteks

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan Login Penjual

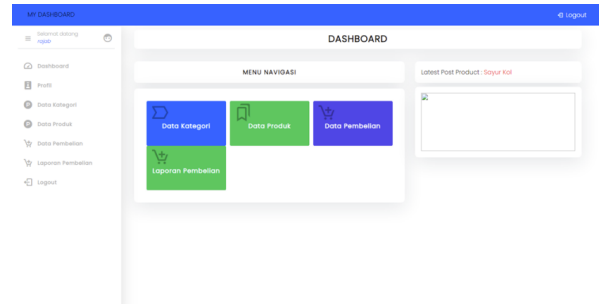
Pada halaman login penjual berfungsi untuk login pada user penjual. Jika penjual tidak memiliki akun dapat melakukan proses registrasi.



Gambar 3. Tampilan Halaman Login Penjual

Tampilan Halaman Home Penjual

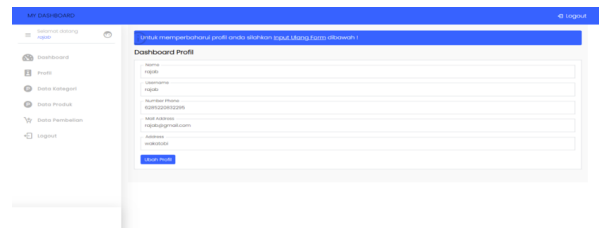
Pada halaman utama penjual memiliki beberapa hak akses untuk mengatur beberapa menu seperti home, profil, data produk dan laporan terhadap sistem. Tampilan Halaman Home Penjual sebagai berikut.



Gambar 4. Tampilan Halaman Home Penjual

Tampilan Halaman Profil

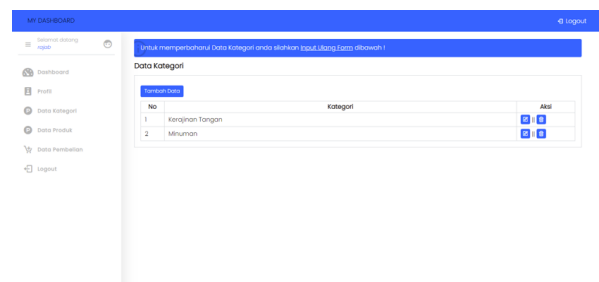
Pada halaman profil ini mengatur beberapa data-data terkait mengenai profil siadmin. Tampilan halaman profil sebagai berikut.



Gambar 5. Tampilan Halaman Profil

Tampilan Halaman Data Kategori

Tampilan halaman data kategori ini berguna untuk menginput kategori produk dan untuk menampilkan data yang telah di input oleh penjual dengan benar.



Gambar 6. Tampilan Halaman Data Kategori

Tampilan Halaman Data Pembelian

Pada tampilan halaman data pembelian ini berisikan data pembelian yang telah melakukan pemesanan produk. Penjual dapat melakukan konfirmasi pembelian. Tampilan halaman data pembelian sebagai berikut.

No.	Nama Pembelian	Tanggal	Status Pembelian	Total	Aksi
1	fadi	2022-06-24	barang dikirim	17500	[icon]
2	fadi	2022-06-24	Pending	17500	[icon]
3	fadi	2022-06-24	Pending	17500	[icon]
4	fadi	2022-06-24	Pending	17500	[icon]
5	fadi	2022-06-25	Pending	1992	[icon]
6	fadi	2022-06-25	sudah kirim bukti pembayaran	17500	[icon]
7	olek	2022-10-13	sudah kirim bukti pembayaran	17500	[icon]
8	olek	2022-10-20	Pending	32000	[icon]
9	olek	2022-10-20	Pending	0	[icon]
10	olek	2022-10-23	barang dikirim	18000	[icon]

Gambar 7. Tampilan Halaman Data Pembelian

Tampilan Halaman Registrasi Akun Pembeli

Pada tampilan halaman daftar akun pembeli berisikan data-data yang akan di isi oleh pembeli supaya dapat login dan melakukan pembelian produk. Menu daftar tersedia jika pembeli meginput data dengan benar. Tampilan halaman registrasi akun sebagai berikut.

Gambar 8. Tampilan Halaman Registrasi Akun Pembeli

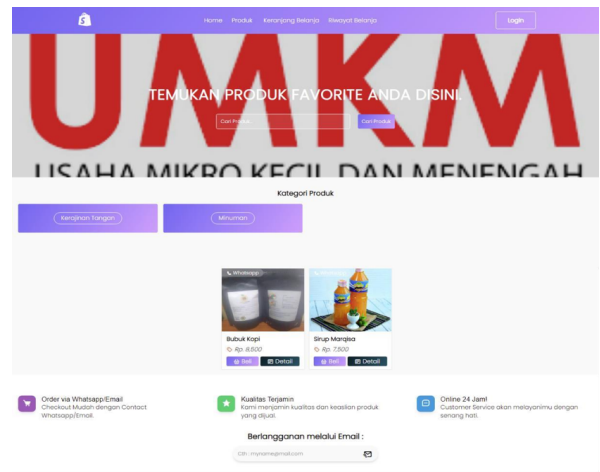
Tampilan Halaman Login Pembeli

Pada tampilan halaman login pembeli berisikan username dan password, sehingga yang dapat untuk masuk adalah orang yang telah mempunyai akun. Tampilan halaman login pembeli sebagai berikut.

Gambar 9. Tampilan Halaman Login Pembeli

Tampilan Halaman Home Pembeli

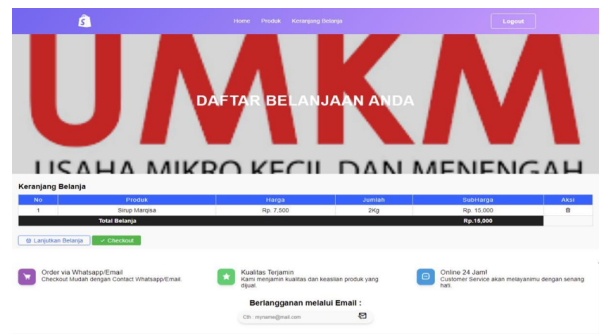
Pada tampilan halaman home pembeli terdapat beberapa halaman yaitu halaman home, produk, keranjang belanja, riwayat belanja dan login. Pembeli dapat langsung mengakses halaman ini.



Gambar 10. Tampilan Halaman Home Pembeli

Tampilan Halaman Keranjang Belanja

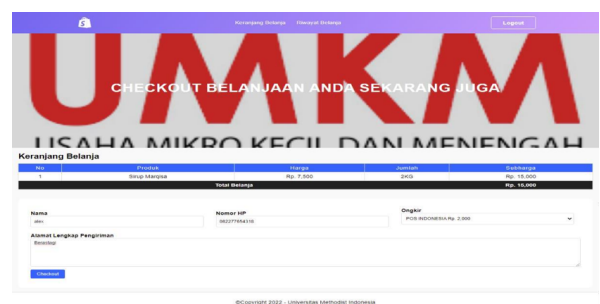
Pada halaman ini terdapat fitur keranjang belanja yang dimana pada fitur ini menampilkan apa apa saja barang yang kita beli. Fitur ini berlaku bagi konsumen.



Gambar 11. Tampilan Halaman Keranjang Belanja

Tampilan Halaman Checkout

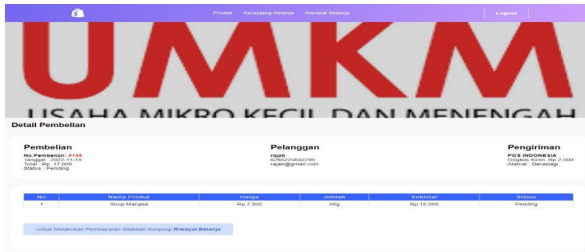
Tampilan Halaman Checkout berfungsi untuk menampilkan data-data terkait produk yang kita beli, dan pada fitur halaman checkout ini juga akan menampilkan terkait nama pelanggan, no hp dan alamat.



Gambar 12. Tampilan Halaman Checkout

Tampilan Halaman Nota

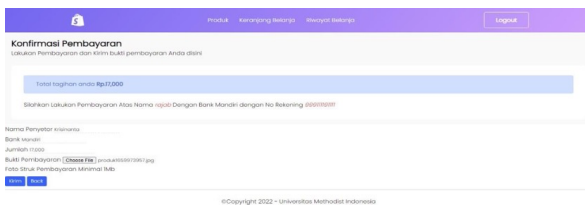
Pada tampilan halaman nota berisikan informasi mengenai data-data seperti pembelian, pelanggan, pengiriman, nama produk, jumlah, subtotal, status pengiriman dan juga fitur chat wa kepada penjual.



Gambar 13. Tampilan Halaman Nota

Tampilan Halaman Pembayaran

Pada halaman pembayaran berfungsi untuk melakukan pembayaran terkait produk yang telah kita pesan. Pada fitur ini terdapat total belanja, nama penyetor, bank, dan foto bukti pembayaran.



Gambar 14. Tampilan Halaman Pembayaran

Pengujian Blackbox

Pengujian blackbox bertujuan untuk memastikan bahwa sistem yang telah dibangun dapat berjalan dengan baik.

Tabel 1. Pengujian *Blackbox*

Pengujian Pada Penjual				
No	Fungsi yang Diuji	Masukan	Hasil	Status
1.	Penjual melakukan registrasi	Penjual melakukan input biodata yang diperlukan	Daftar berhasil	Valid
2.	Penjual melakukan login	Memasukkan username dan password	Masuk kedalam halaman penjual	Valid
3.	Melakukan edit profil	Penjual melakukan pengklikan pada ubah profil	Ubah berhasil	Valid

4.	Melakukan tambah , hapus ,edit data produk	Penjual menggunakan fitur CRUD pada menu data produk	Muncul pemberitahuan terkait informasi yang ditambah, edit dan hapus	Valid
5.	Melakukan konfirmasi pembelian	Penjual mengklik menu konfirmasi pembelian	Muncul mengenai data pembayaran yang dilakukan sipembeli	Valid
6.	Melakukan logout dari dashboard penjual	Penjual mengklik tombol <i>logout</i>	Berhasil keluar dan kembali kemenu login	Valid
Pengujian Pada Pembeli				
7.	Pembeli melakukan registrasi	Pembeli melakukan input biodata yang diperlukan	Daftar berhasil	Valid
8.	Pembeli melakukan login	Memasukkan username dan password	Masuk kedalam halaman pembeli	Valid
9.	Pembeli membuka menu home	Melakukan pencarian produk pada <i>search</i> produk	Masuk kehalaman produk yang dicari	Valid
10.	Melakukan pembelian	Pembelian mengklik tombol beli	Masuk kedalam keranjang belanja	Valid
11.	Melakukan <i>checkout</i>	Pembeli menginput data data yang dibutuhkan pada menu <i>checkout</i>	Masuk kedalam menu nota	Valid
12.	Melakukan pembayaran	Pembeli menginput data yang dibutuhkan dimenu pembayaran	Pembayaran sukses dilakukan, akan masuk kedalam riwayat belanja	Valid
13.	Melakukan lihat pembayaran	Pembeli mengklik lihat pembayaran pada menu riwayat belanja	Menampilkan hasil inputan pembayaran yang dilakukan	Valid

14.	Melakukan hubungi penjual	Mengklik tombol hubungi penjual	Masuk ke <i>chat room</i> whatsapp penjual	Valid
15.	Melakukan Logout	Mengklik tombol logout	Berhasil keluaran kembali kemenu index	Valid

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan E-Marketplace ini dibangun untuk memudahkan masyarakat khususnya para UMKM dalam hal melakukan pemasaran / penjualan produk UMKM untuk meningkatkan pendapatan.
2. Untuk melakukan perancangan E-Marketplace UMKM di Wilayah Kabupaten Karo Berbasis Web dibutuhkan software seperti XAMPP, Adobe, Figma, dan hardware seperti laptop.
3. Sistem ini dapat memberikan berupa bentuk laporan baik perhari maupun secara keseluruhan sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B. (2006). *Menanti kemakmuran negeri: kumpulan esai tentang pembangunan sosial ekonomi Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep Sistem Informasi*. CV. Budi Utama.
- Irawati, R. (2022). Pengaruh E-Marketing Mix UMKM Kuliner Malang Terhadap Minat Beli Generasi Millennial pada Start-Up Food Delivery Online di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 50–66.
<https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/595>
- Kadir, A. (2014). *Perancangan Sistem Informasi* (Ed. Revisi). Alfabeta.
- Nurfadillah. (2022). *Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM* (Issue 90500120021).
- Setiawan, G. (2021). Rancang Bangun E-Marketplace Untuk Penerapan Web Responsive UMKM Kerajinan Khas Lampung. *Jurnal Edukasimu*, 1(1).