

**PASAR DIGITAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN HASIL TANI
DESA O'BESI TIMOR TENGAH SELATAN****Claudia Olga A. Seran¹, Semlinda Juszandri Bulan²**¹Sistem Informasi, STIKOM Uyelindo

email: claudiaolga.co@gmail.com

²Sistem Informasi, STIKOM Uyelindo

email: semlinda@yahoo.com

Abstract

Marketing is one of the most important things for business people. Without good marketing, it will be difficult to make the bussiness more advanced. This is also experienced by goups of farmers in the village Of O'besi subdistrict of North Mollo. The problem occurred was the result off farmers from farmer groups of O'besi village yet been absorbed entirely by the customer outside of O'besi village and subdistrict of North Mollo, lack of promotion and marketing is a major cause, besides the market organizers that are unorganized and traditional marketst that tend to slum conditions, stock piling of goods that have not efficiently caused the wheels of the economy of the farmers groups did not move well. The purpose of this responsive web-based e-commerce website is to be able to easily increase farm production output and efficient and economical stockpiling of goods for the smooth running of business activities so as to facilitate consumers and prospective consumers to obtain information and services to order products whenever and wherever even. The research results show that the e-commerce website can help the goups of farmers in the village Of O'besi in selling their product widely and the customer can buy their products easily.

Keywords: *e-commerce, village of O'besi, farmer*

1. PENDAHULUAN

Dalam era informasi sekarang ini, batasan ruang dan waktu tidak menjadi kendala lagi, hal ini disebabkan perkembangan dalam bidang teknologi informasi, baik perangkat keras maupun perangkat lunak berkembang sangat cepat, sehingga data dan informasi yang ada dapat disampaikan melalui media sistem informasi yang dapat diketahui oleh seluruh masyarakat di dunia, salah satu media sistem informasi yang dapat diakses adalah web. Web adalah sebuah sistem informasi yang mendukung interaksi penguna melalui antarmuka web, yang merupakan bagian dari *client-side* yang dapat dijalankan oleh *browser web*. *Client-side* mempunyai tanggung jawab untuk pengeksekusian proses bisnis [1] Interaksi web dibagi dalam tiga langkah, pertama permintaan, yaitu pengguna melakukan permintaan ke server web, kemudian langkah yang kedua pemrosesan yaitu server web menerima permintaan yang dikirimkan oleh

pengguna, kemudian memproses permintaan yang dikirimkan oleh pengguna, dan langkah yang ketiga hasil yaitu pengguna menerima jawaban dari hasil permintaan ke server yang ditampilkan melalui browser web. *Website* merupakan salah satu media untuk penjualan *online*. Sekarang dikembangkan lagi menjadi *Responsive Web Design* (RWD), yang dapat mengoptimalkan kegunaan dari *website* penjualan itu sendiri.

Daerah Kecamatan Mollo Utara khususnya Desa O'Besi memiliki potensi pertanian yang sangat maju, topografi Desa O'Besi sendiri didominasi oleh pengunungan dan lembab. Untuk meningkatkan pengetahuan terhadap pertanian itu sendiri maka dibentuklah kelompok-kelompok tani guna mempermudah penyampaian materi penyuluhan berupa pembinaan dalam memberdayakan petani agar memiliki kemandirian, bisa menerapkan inovasi, dan pendapatan dan kesejahteraan yang meningkat dan layak. Banyaknya kelompok

usaha tani yang didapatkan sampai saat ini adalah 6 kelompok tani. Hasil tani dari kelompok tani desa O'Besi merupakan salah satu hasil tani yang cukup bagus kualitasnya di Kecamatan Mollo Utara dan Kabupaten Timur Tengah Selatan seperti sayur-sayuran, jeruk, ubi-ubian, dan wortel. Karena itu diperlukan berbagai pemikiran dan aktivitas untuk mendukung usaha kelompok tani di desa O'Besi agar dapat meningkatkan kesejahteraan para petani. Selain membantu dalam usaha produksi, yang tidak kalah penting adalah membantu dalam hal memasarkan hasil tani secara *online* (*e-commerce*).

Permasalahan yang terjadi saat ini adalah, hasil tani dari kelompok tani desa O'Besi belum diserap seluruhnya oleh pelanggan di luar dari desa O'Besi dan Kecamatan Mollo Utara, penyebab utamanya adalah kurangnya promosi dan pemasaran, selain itu pelaku dan penyelenggara pasar yang belum terorganisasi serta pasar tradisional yang kondisinya cenderung kumuh, penimbunan *stock* barang yang belum efisien menyebabkan roda perekonomian para kelompok tani tidak bergerak dengan baik.

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis akan membangun *website e-commerce* untuk membantu promosi dan memasarkan hasil produksi para petani dalam.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pasar Digital

Pemasaran Internet atau e-pemasaran (*Internet marketing* atau *e-marketing* atau *online-marketing*) adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet atau jaringan *www*. Kata *e* dalam e-pemasaran ini berarti elektronik (*electronic*) yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat internet atau jaringan *cyber*. Dengan munculnya teknologi internet dalam beberapa tahun ini, banyak istilah baru yang menggunakan awalan *e-xxx*, seperti halnya: *e-surat*, *e-business*, *e-gov*, *e-society*, dan lain-lain. Perkembangan teknologi telekomunikasi muncul sejak ditemukannya telepon pada

akhir abad ke-19. Setelah itu banyak ditemukan teknologi digital seperti telepon, radio, televisi, faks, dan teleks. Strategi pemasaran *e-commerce* dikembangkan dengan melihatnya sebagai bisnis dimana ada dua hal penting yaitu: memilih pangsa pasar di mana perusahaan akan beroperasi dan mengembangkan bauran pemasaran untuk setiap pangsa pasar yang terpilih. *e-commerce* adalah cara pemasaran yang berbeda dari pemasaran tradisional (terlepas dari jenis perusahaan itu sendiri) maka strategi pemasarannya perlu disesuaikan. Bauran pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran jasa yaitu: produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses [2].

2.2. Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan produktif yang menciptakan kegunaan (*utility*) yaitu menciptakan barang dan jasa menjadi lebih berguna. Kegunaan penjualan yang diciptakan meliputi kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), kegunaan waktu (*time utility*) dan kegunaan kepemilikan (*possession utility*). Penjualan dalam kegunaan waktu (*time utility*) yaitu menyebabkan produk tersedia sesuai pada waktu yang diinginkan [3].

Penjualan hasil pertanian berarti kegiatan bisnis di mana menjual produk berupa komoditas pertanian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan harapan konsumen akan puas dengan mengkonsumsi komoditas tersebut. Penjualan hasil pertanian dapat mencakup perpindahan barang atau produk pertanian dari produsen kepada konsumen akhir, baik input ataupun produk pertanian itu sendiri.

2.3. E-Commerce

E-Commerce adalah melakukan bisnis secara *online*. *E-Commerce* menjual produk kepada konsumen secara *online*, membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara *online*. Usaha *e-commerce* yang sukses melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produk atau manufaktur, pemasaran dan perwakilannya, penjualan, layanan, kolaborasi di antara sesama bisnis atau afiliasi, distribusi produk, riset,

penyebaran informasi, penyusunan komunitas komersial, pendidikan, hiburan, dan semua jenis bisnis lain yang belum terpikirkan. Yang diperlukan *e-commerce* yakni perencanaan pelaksanaan, promosi, dan pemeliharaan yang baik [4].

2.4. Riset Terkait

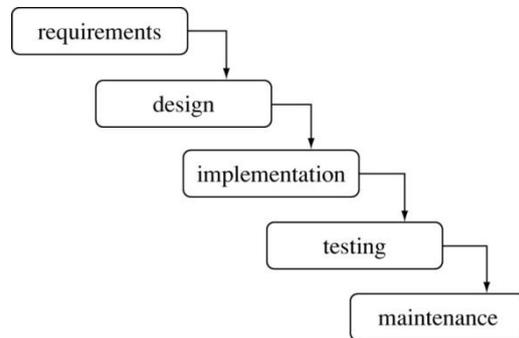
[5] melakukan penelitian tentang penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing usaha. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengkaji motif apa saja yang mendorong pelaku usaha menggunakan *e-commerce*; 2) Meninjau manfaat *e-commerce* bagi pelaku usaha; 3) Mengkaji hambatan yang dialami pelaku usaha dalam menerapkan *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data dilakukan secara kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan jawaban responden yang disajikan dalam bentuk tabel, distribusi frekuensi dan grafik. Responden dalam penelitian ini berjumlah 10 orang yaitu para pelaku usaha. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) motif pelaku usaha dalam menerapkan *e-commerce* adalah mengakses pasar global, mempromosikan produk, membangun merk, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan; 2) manfaat menerapkan *e-commerce* bagi pelaku usaha adalah meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, sebagai sarana promosi dan dapat memperluas bisnis; 3) hambatan yang sering dihadapi pelaku bisnis antara lain lemahnya sumber daya manusia, mahal biaya, sulitnya mendapat perizinan dan terkendala dengan hambatan jaringan.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode air terjun atau yang sering disebut Waterfall sering dinamakan siklus hidup klasik (*classic life cycle*), di mana hal ini menggambarkan pendataan yang sistematis dan juga berurutan pada pengembangan perangkat lunak, dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna lalu berlanjut melalui tahapan-tahapan perencanaan (*planning*), permodelan

(*modeling*), konstruksi (*construction*), serta penyerahan sistem ke para pelanggan/pengguna (*deployment*), yang diakhiri dengan dukungan pada perangkat lunak lengkap yang dihasilkan [6] Tahapan metode Waterfall dapat dilihat pada Gambar 1, sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Metode Waterfall

Dalam pengembangannya metode *waterfall* memiliki beberapa tahapan yang berurutan, sebagai berikut:

1. Requirement Analisis

Tahapan ini pengembang sistem diperlukan komunikasi yang bertujuan untuk memahami perangkat lunak yang diharapkan oleh pengguna dan batasan perangkat lunak tersebut. Informasi ini biasanya dapat diperoleh melalui wawancara, diskusi, atau survei langsung. Informasi dianalisis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh pengguna.

2. System Design

Spesifikasi kebutuhan dari tahap sebelumnya akan dipelajari dalam fase ini dan desain sistem disiapkan. Desain sistem membantu dalam menentukan perangkat keras (*hardware*) dan sistem persyaratan dan juga membantu dalam mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan.

3. Implementation

Pada tahap ini, sistem pertama kali dikembangkan diprogram kecil yang disebut *unit* yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Setiap *unit* dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai *unit testing*.

4. Integration & Testing

Seluruh *unit* yang dikembangkan dalam tahap implementasi diintegrasikan

ke dalam sistem setelah pengujian yang dilakukan masing-masing *unit*. Setelah integrasi seluruh sistem diuji untuk mengecek setiap kegagalan maupun kesalahan.

5. Operation & Maintenance

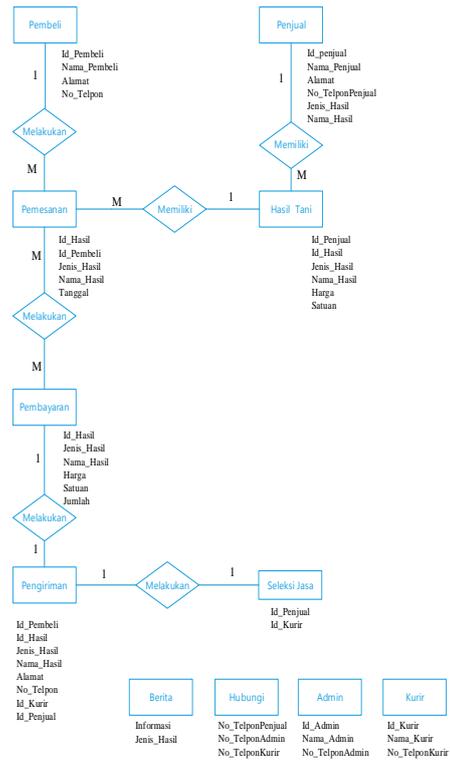
Tahap akhir dalam model *waterfall*. Perangkat lunak yang sudah jadi, dijalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya. Perbaiki implementasi *unit* sistem dan peningkatan jasa sistem sebagai kebutuhan baru.

3.2. Perancangan

Perancangan aplikasi yang diusulkan meliputi: *Entity Relationship Diagram* (ERD), Diagram Konteks, dan *Data Flow Diagram* (DFD) level 0.

1. Entity Relationship Diagram

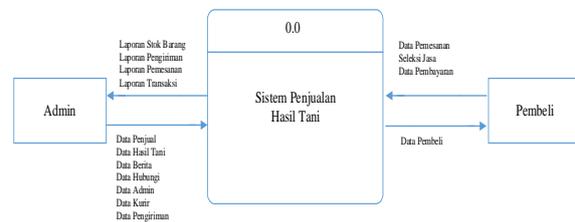
Entity Relationship Diagram berfungsi untuk menggambarkan relasi dari dua *file* atau dua tabel yang dapat digolongkan dalam tiga macam bentuk relasi yaitu satu ke satu, satu ke banyak, dan banyak ke banyak. Berikut gambaran relasi antara tabel dalam sistem penjualan pada O'Bes Online Shop dengan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Entity Relationship Diagram

2. Diagram Konteks

Diagram Konteks merupakan sebuah diagram sederhana yang menggambarkan hubungan antara satu entitas dengan entitas lainnya dengan aliran dan penyimpanan data atau sebuah diagram yang menggambarkan hubungan *input* dan *output* antara sistem dengan dunia luar atau kesatuan luar. Berikut ini adalah bagan sistem penjualan pada O'Bes Online Shop.

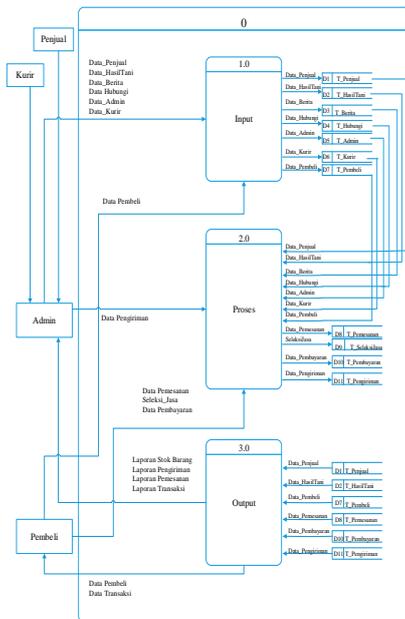


Gambar 3. Diagram Konteks

3. Diagram Flow Diagram

Data Flow Diagram merupakan suatu model logika data atau proses yang dibuat untuk menggambarkan dari mana asal data dan kemana tujuan data yang keluar dari sistem, dimana data itu dapat disimpan, dan proses apa yang akan menghasilkan data tersebut dan interaksi antara data yang

tersimpan dalam proses yang dikenakan pada data tersebut. Berikut DFD yang level nol O'Bes Online Shop.



Gambar 4. DFD Level 0

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Website e-commerce ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

4.1. Antarmuka Login Admin

Login password merupakan halaman administrator, dimana admin memasukkan username dan password. Hal ini berfungsi untuk keamanan data. Jika username dan password yang dimasukkan salah, akan muncul pesan kesalahan.

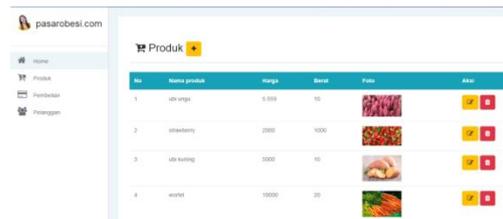
Username

Password

Gambar 5. Login Admin

4.2. Halaman Produk Admin

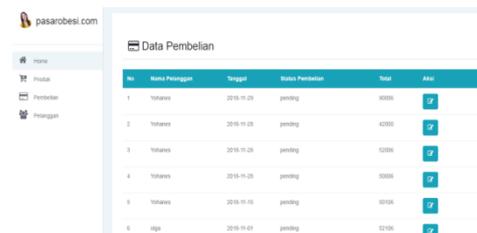
Di dalam halaman produk admin ini berisi tentang deskripsi nama produk, harga, berat, foto, tambah produk dan aksi yang dapat diedit dan di dihapus oleh admin.



Gambar 6. Halaman Produk Admin

4.3. Halaman Data Pembelian

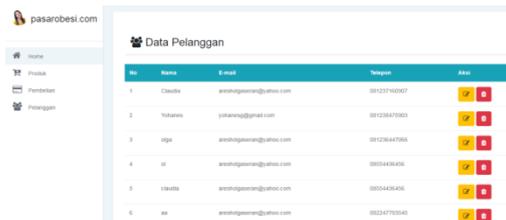
Di dalam halaman data pembelian admin ini berisi tentang deskripsi nama pelanggan, tanggal pembelian, status pembelian, total dan aksi berisi detail pembelian.



Gambar 7. Data Pembelian

4.4. Halaman Data Pelanggan

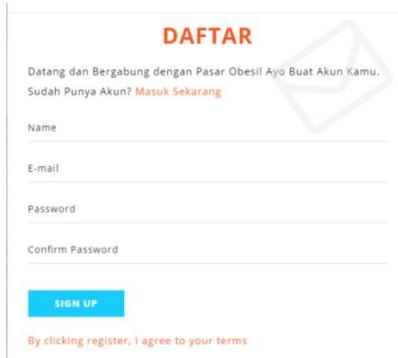
Di dalam halaman data pelanggan admin ini berisi tentang deskripsi nama pelanggan, e-mail, nomor telpon dan aksi.



Gambar 8. Data Pelanggan

4.5. Halaman Daftar Pelanggan

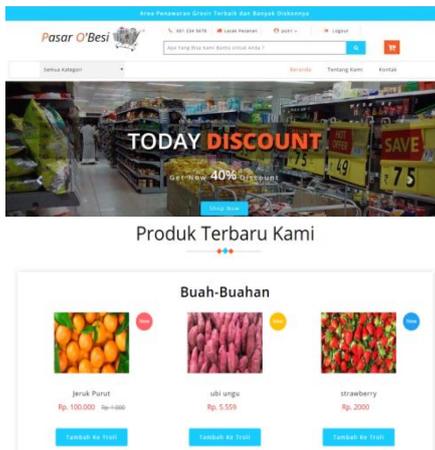
Di dalam halaman daftar, pelanggan diminta untuk mengisi nama, email, password, dan konfirmasi password.



Gambar 9. Daftar Pelanggan

4.6. Halaman Beranda Pelanggan

Halaman beranda merupakan tampilan awal ketika user mengunjungi *website* O'Besi Online Shop.



Gambar 10. Beranda Pelanggan

4.7. Halaman Keranjang Belanja

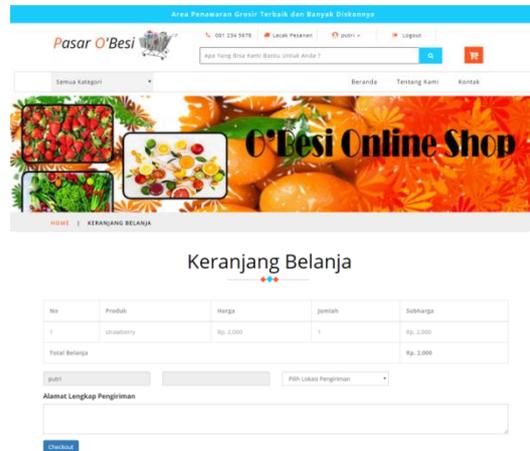
Pada halaman keranjang belanja *website* user dapat merubah angka jumlah barang yang akan di-order oleh user.



Gambar 11. Keranjang Belanja

4.8. Halaman Checkout

Pada halaman *checkout*, user melakukan pengisian data ongkos kirim dan alamat untuk barang yang sudah dimasukkan ke keranjang belanja yang nantinya akan diproses.



Gambar 12. Halaman Checkout

4.9. Halaman Nota Belanja Pelanggan

Berisi data *order* user sesuai dengan pengisian data pembelian, ongkos kirim untuk kota tujuan, total berat, total ongkos kirim, dan rekening bank yang akan ditransfer.



Gambar 13. Nota Belanja Pelanggan

4.10. Halaman Konfirmasi Pembayaran

Halaman ini berisi bukti pembayaran dengan mengupload foto bukti transfer

Konfirmasi Pembayaran

Kirim Bukti Pembayaran Anda disini

Total Tagihan Anda Rp. 52,000

Nama Penyetor

Bank

Jumlah

52000

Foto Bukti

Choose File | No file chosen

Foto bukti harus JPG maksimal 2MB

Kirim

Gambar 14. Konfirmasi Pembayaran

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penulisan ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni dengan diterapkannya *e-commerce* untuk penjualan hasil tani berbasis *website*, maka dapat mempermudah konsumen untuk memperoleh informasi maupun layanan. Penerapan sistem ini dapat mempermudah para pelanggan dalam melakukan pemesanan produk kapan pun dan dimana pun.

6. REFERENSI

- [1] Simarmata, Janner. 2010. *Rekayasa Web*. Andi. Yogyakarta.
- [2] Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Palembang.
- [3] Nugroho, T. W. 2010. *Penjualan Hasil Pertanian Berbasis Agribisnis*. Intermedia. Jakarta.
- [4] Kienan, Brenda. 2001. *Small Business Solutions E-Commerce untuk Perusahaan Kecil*, Elex Media Komputindo. Jakarta.
- [5] Maryama, Siti, 2013. Penerapan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*. Vol 2. No 1. Hal 73-79.
- [6] Presman, R.S. *Pendekatan Praktis Rekayasa Perangkat Lunak*. Andi Yogyakarta.