

## ITGBM IMPLEMENTASI PENJUALAN ONLINE UNTUK PENGELOLAAN PEMESANAN PRODUK PAYUNG GEULIS STUDI KASUS UKM PRIMA DAN KARYA UTAMA TASIKMALAYA

Acep Irham Gufroni<sup>1)</sup>, Rahmi Nur Shofa<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Siliwangi Tasikmalaya  
e-mail: [acep@unsil.ac.id](mailto:acep@unsil.ac.id)<sup>1</sup>, [rahmi.shofa@unsil.ac.id](mailto:rahmi.shofa@unsil.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Payung merupakan alat pelindung dari hujan dan panas sedangkan Geulis memiliki arti elok atau molek sehingga Payung Geulis memiliki arti payung cantik yang bernilai estetis. Terdapat dua motif payung geulis yaitu motif hias geometris berbentuk bangunan yang lebih menonjol seperti garis lurus, lengkung dan patah-patah, dan motif hias non geometris diambil dari bentuk alam seperti manusia, hewan dan tanaman. Payung geulis ini rangkanya terbuat dari bambu. Setelah dirangkai dan dipasang kain dan kertas, ujung payung dirapikan dengan menggunakan kanji. Hasil survey diketahui bahwa Terhambatnya perkembangan usaha perajin payung karena perajin belum mau melakukan inovasi dan kreativitas produk dan masih tetap mempertahankan model dan motif lama masih dipertahankan. Para generasi muda enggan menekuni kerajinan membuat payung ini karena upahnya sangat kecil, membutuhkan ketelitian dan kesabaran dalam proses pembuatannya dan payung hanya dibuat berdasarkan pesanan serta pemasaran payung geulis masih terbatas dan modal kerja yang masih terbatas. Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh kedua mitra diharapkan dapat memberikan bantuan untuk para generasi muda mau memasarkan produk khas Tasikmalaya ke pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan aplikasi E-commerce untuk usaha sampingan.

**Kata Kunci** : *E-Commerce*, Payung Geulis, Pemasaran.

### I. PENDAHULUAN

Payung Geulis merupakan ikon dari Kota Tasikmalaya yang keberadaannya hampir punah. Pada masa penjajahan Belanda sekitar tahun 1926 dipakai oleh none–none Belanda. Payung geulis yang terbuat dari bahan kertas dan kain mengalami masa kejayaan pada era 1955 sampai 1968. Namun masa kejayaan itu berangsur-angsur surut setelah pemerintah pada tahun 1968 menganut politik ekonomi terbuka. Sehingga payung buatan pabrikan dari luar negeri masuk ke Indonesia. Hal ini berdampak pada hancurnya usaha kerajinan payung geulis di Tasikmalaya. Usaha kerajinan ini mulai bersinar kembali sejak tahun 1980-an. Para perajin mulai membuka kembali usaha pembuatan payungwalau dalam jumlah kecil.

Payung merupakan alat pelindung dari hujan dan panas sedangkan Geulis memiliki arti elok atau molek sehingga Payung Geulis memiliki arti payung cantik yang bernilai estetis. Terdapat dua motif payung geulis yaitu motif hias geometris berbentuk bangunan yang lebih menonjol seperti garis lurus, lengkung dan patah-patah, dan motif hias non geometris diambil dari bentuk alam seperti manusia, hewan dan tanaman. Payung geulis ini rangkanya terbuat dari bambu. Setelah dirangkai dan dipasang kain dan kertas, ujung payung dirapikan dengan menggunakan

kanji. Agar menarik, rangka bagian dalam diberi benang warna–warni. Proses pembuatan payung ini bergantung pada sinar matahari, karena setelah diberi kanji, payung dijemur hingga keras. Payung kemudian diberi warna, serta dilukis dengan corak bunga. Semua proses pembuatan payung geulis dibuat secara manual dengan buatan tangan/handmade kecuali gagang payung dibuat dengan menggunakan mesin.

Pada umumnya payung berfungsi hanya sebagai pelindung diri dari hujan ataupun sengatan matahari, namun payung geulis ini mempunyai nilai lebih dan fungsi yang berbeda dengan payung yang lain yaitu sebagai penghias para mojang-mojang Tasik yang sedang memakai kebaya pada acara-acara tertentu, contohnya pada acara perkawinan, upacara adat ataupun upacara kematian, dan bisa dipakai untuk penghias hotel, restoran, atau tempat pariwisata lainnya guna menambah keunikan tersendiri untuk menarik perhatian wisatawan.

Payung biasanya dibuat oleh mesin-mesin modern, namun pada payung geulis berbeda cara pembuatannya yakni masih dengan cara handmade, namun hanya pembuatan gagang saja yang memakai mesin. Masyarakat Panyingkiran menyebutnya dengan genjer atau lebih modernnya disebut mesin bor. Dalam proses pembuatan payung diperlukan beberapa tahapan; Tahapan Pertama, rangka payung

yang sudah tersedia, pengrajin memasang kertas berbentuk bulat yang besar – kecilnya tergantung ukuran payung yang dibuat, tahapan pertama ini dikerjakan oleh laki-laki; Tahapan Kedua, adalah “ngararawat”, yaitu memasang benang pada bagian dalam payung, tahapan ini dikerjakan oleh wanita. Proses ini merupakan tahapan yang cukup rumit dan memerlukan kesabaran, ketelitian, ketekunan, dan keuletan. Sehingga dalam memasang benang dilakukan oleh wanita. Tahapan Ketiga, kertas dan benang sudah terpasang pada rangka payung, lalu dilakukan proses pemolesan kanji tapioka atau lem agar menjadi kaku, setelah itu dilakukan pengecatan, biasanya cat yang digunakan seperti biru, merah, kuning, hijau dibuat sesuai keinginan oleh pemesan. Setelah dicat, payung dijemur dibawah terik matahari; Tahapan Keempat, melukis diatas payung. Motif lukisan yang dibuat biasanya berupa bunga, batik, dan hewan seperti kupu-kupu, tergantung pemesanan; Tahapan terakhir adalah dipernis agar payung yang dihasilkan lebih menarik dan motif lukisannya lebih hidup. Selanjutnya adalah “nyetel” (pemasangan gagang).

Hasil survey diketahui bahwa Terhambatnya perkembangan usaha perajin payung karena perajin belum mau melakukan inovasi dan kreativitas produk dan masih tetap mempertahankan model dan motif lama masih dipertahankan. Para generasi muda enggan menekuni kerajinan membuat payung ini karena upahnya sangat kecil, membutuhkan ketelitian dan kesabaran dalam proses pembuatannya dan payung hanya dibuat berdasarkan pesanan serta pemasaran payung geulis masih terbatas dan modal kerja yang masih terbatas. Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh kedua mitra diharapkan dapat memberikan bantuan untuk para generasi muda mau memasarkan produk khas Tasikmalaya kepasar yang lebih luas dengan memanfaatkan aplikasi E-commerce untuk usaha sampingan.

## **II. METODE PELAKSANAAN**

### **A. Tahapan Inti Kegiatan**

Berdasarkan masalah prioritas mitra di atas, maka pendekatan pelaksanaan menggunakan metode **Rational Unified Process** (RUP) dari Pressman, yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah menggunakan pembuatan aplikasi.

1. **Inception.** Fase ini telah dilakukan, yaitu merupakan analisis awal (**observasi**) pada mitra dan mencari **solusi** dari masalah tersebut. Target dari fase ini memperoleh masalah mitra dan menentukan solusinya.

2. **Elaboration,** yaitu menganalisa berbagai persyaratan dan risiko kemudian menetapkan base line. Fase ini adalah dengan **Focus Group Discussion (FGD)** kepada tiap mitra (secara parsial) untuk mengumpulkan **informasi lebih lengkap** guna menentukan **rancangan** aplikasi *e-commerce*, mulai **bentuk, desain dan cakupan** dari aplikasi yang akan dibuat oleh pelaksana, sehingga diharapkan aplikasi *e-commerce* yang dibuat sesuai dengan kebutuhan mitra. FGD dilakukan di tempat mitra masing-masing, agar pelaksana lebih dapat memahami masalah. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 2 bulan. Target dari fase ini adalah terkumpulnya informasi lengkap sebagai acuan pembuatan aplikasi.
3. **Construction,** fase ini adalah **pembuatan** aplikasi *e-commerce* berdasarkan data dari fase 1 dan 2. Testing aplikasi hingga siap untuk digunakan oleh mitra. Durasi waktu pembuatan aplikasi ini adalah 3 bulan. Target dari fase ini adalah terbangunnya aplikasi *e-commerce* sesuai dengan kebutuhan mitra.
4. **Transition.** Fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi *e-commerce*, transfer knowledge kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi *e-commerce*. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 3 bulan. Target dari fase ini adalah mitra mampu menggunakan *e-commerce* tanpa pendampingan lagi.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program ini di laksanakan sebagai implementasi dari tri dharma perguruan tinggi bidang pengabdian masyarakat, Fakultas Teknik Informatika Universitas Siliwangi melaksanakan program ini dengan tema “Implementasi Penjualan Online Untuk Pengelolaan Pemesanan Produk Payung Geulis Studi Kasus UKM Prima dan Karya Utama Tasikmalaya”, dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 17 September 2016.

Program ini di laksanakan sebagai implementasi dari tri dharma perguruan tinggi bidang pengabdian masyarakat, Fakultas Teknik Informatika Universitas Siliwangi melaksanakan program ini dengan tema “**Pelatihan pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran global untuk peningkatan penjualan produk kelom geulis**”, dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 7 November 2015.

Tabel 3. PPM capaian luaran

No	Materi	Tujuan
1	Sosialisasi manfaat penjualan online untuk pengelolaan pesanan produk payung geulis Oleh . Acep Irham Gufroni, M.Eng.	Dapat mengetahui berbagai macam bentuk penjualan online. Serta teknologi yang mendukung untuk sarana bisnis online.
2	Pelatihan menggunakan Aplikasi penjualan online untuk pengelolaan pesanan produk payung geulis Oleh. Rahmi Nur Shofa, M.T.	Melakukan membuat iklan dan memposting produk yang akan dijual secara online, serta mengelola pesan pelanggan.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Kesimpulan

1. Pelatihan penggunaan aplikasi e-Commerce berbasis web yang telah dilaksanakan dapat memberikan kemampuan dalam mengorganisir pesanan konsumen serta dapat memudahkan pengguna untuk menampilkan status setiap barang dalam transaksi online dengan mengaplikasikan dalam kegiatan pelatihan.
2. Aplikasi dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web yang dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi pemesanan barang yang dipasarkan.
3. Penerapan aplikasi e-Commerce kepada mitra yang disertai dengan pendampingan, yaitu pelatihan menggunakan, mengolah aplikasi, membuat desain iklan dari produk sehingga mitra dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce mampu memberikan pengetahuan untuk mitra dalam memasarkan produk secara global dan tak terikat waktu.

##### B. Saran

Saran untuk pengabdian lanjutan serta untuk penelitian lanjutan, mengimplemtasikan aplikasi e-Commerce yang dihasilkan untuk di hosting-kan sehingga pihak mitra.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Solechan A, Natalisty. 2011. *E-Commerce* Pada UKM Kota Semarang Sebagai Model Pemasaran Yang Efektif. Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011) ISBN 979-26-0255-0
- Nugrahani S.D. 2011. E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah. No 1, Januari 2011 – SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis
- BSN.com. 2014. Strategi kesiapan sektor industri dan perdagangan di Kota Tasikmalaya dalam menghadapi MEA 2015 availabel in [http://www.bsn.go.id/uploads/download/STRATEGI\\_DAN\\_KESIAPAN\\_SEKTOR\\_INDUSTRI\\_DAN\\_PERDAGANGAN\\_KOTA\\_TASIKMALAYA\\_2015.pdf](http://www.bsn.go.id/uploads/download/STRATEGI_DAN_KESIAPAN_SEKTOR_INDUSTRI_DAN_PERDAGANGAN_KOTA_TASIKMALAYA_2015.pdf)
- Pressman Roger. 2010. *Software Engineering*. Edisi 5. McGraw-Hill. California.



