

**IBM PELATIHAN PEMANFAATAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
GLOBAL UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KELOM GEULIS
(Studi Kasus: UKM kelom geulis Tamansari Tasikmalaya)**

Andi Nur Rachman¹⁾, Cecep Muhamad Sidik Ramdani²⁾

¹ Fakultas Teknik, Universitas Siliwangi

² Fakultas Teknik, Universitas Siliwangi

e-mail: andy.mbew@gmail.com¹, msrthoge@gmail.com²

Abstrak

Kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah penguatan daya beli produk Kelom Geulis melalui implementasi E-Commerce berbasis Web dan pendampingan penggunaannya menggunakan teknologi informasi pada UKM pengrajin kelom geulis Regga dan Salwa di kecamatan Tamansari Tasikmalaya, sehingga meningkatkan kemandirian ekonomi melalui usaha kerajinan kelom geulis sebagai produk khas daerah Tasikmalaya, khususnya pada keterampilan pemanfaatan teknologi informasi dan internet dalam kegiatan marketing secara global. Permasalahan yang diangkat adalah peningkatan pelayanan penjualan, pemasaran, pemesanan produk dari konsumen dan peningkatan manajemen (organizer) pemesanan produk dengan implementasi teknologi informasi. Solusi yang ditawarkan adalah pembuatan aplikasi e-Commerce dibuat berbasis teknologi web dan mobile web. Penerapan aplikasi kepada mitra melalui kegiatan transfer knowledge melalui pelatihan dan pendampingan mitra dalam menggunakan aplikasi e-commerce. Pelaksanaan kegiatan dengan metode Rational Unified Process (RUP) terdiri dari Inception, Elaboration, Construction dan terakhir transition. Detail dari fase RUP diantaranya Focus Group Discussion (FGD) untuk menjalin keterbukaan, kepercayaan, dan memahami persepsi, sikap, serta pengalaman dan persoalan yang dimiliki pengrajin (Salwa dan Regga Kelom Geulis) dalam melakukan pemasaran melalui internet, pembuatan aplikasi sesuai hasil FGD, kemudian dilanjutkan pada pendampingan yaitu penyuluhan dan pelatihan penggunaan E-Commerce sebagai yang meliputi desain iklan, perawatan domain, upload konten iklan di aplikasi E-Commerce, manajemen pemasaran, organizer pesanan pelanggan melalui e-Commerce, hingga perawatan website.

Kata Kunci : e-Commerce, Kelom Geulis, FGD, pelatihan.

Abstract

Community service activities is improving the purchasing power of the product Kelom Geulis through the implementation of E-Commerce Web-based and mentoring its use use of information technology in SMEs craftsmen kelom geulis Regga dan Salwa in the district Tamansari Tasikmalaya, thereby increasing economic independence through the craft business kelom geulis as typical regional products Tasikmalaya, in particular the utilization of skills in information technology and internet marketing activities globally. Issues raised is an increase in service sales, marketing, ordering products from consumers and increased management (organizer) ordering products with implementation of information technology. The solution offered is the manufacture of e-Commerce applications are made based on web technology and mobile web. Application of applications to partners through knowledge transfer through training and mentoring partners in using e-commerce applications. Proposed implementation of the method of the Rational Unified Process (RUP) consists of Inception, Elaboration, Construction, and the last transition. Details of the phase RUP include Focus Group Discussion (FGD) to establish transparency, trust, and understand the perceptions, attitudes, and experiences and problems which are owned craftsmen (Salwa and Regga Kelom Geulis) in marketing through the Internet, making the application of appropriate FGD results, then continued on mentoring ie counseling and training the use of E-Commerce as which include advertising design, maintenance domain, upload the advertising content in E-Commerce, marketing management, customer orders organizer through e-Commerce, to the treatment site.

Keywords: e-Commerce, Kelom Geulis, FGD, training.

I. PENDAHULUAN

Tasikmalaya saat ini terdapat 509 unit UKM kelom geulis dengan nilai investasi Rp.47.073.562.000,-. UKM ini menyerap tenaga kerja sebesar 5969 orang dengan nilai produksi sebesar Rp. 371.630.230.000,- (BSN.com). UKM kelom berada di kecamatan Mangkubumi, Tamansari, Cihideung dan Tawang. Usaha kelom geulis Tasikmalaya, sejak lama telah menjadi semangat masyarakat Tasikmalaya dalam meningkatkan pendapatan anggaran daerah (PAD) dan mempertahankan produk khas Tasikmalaya dan juga penyerapan tenaga kerja

Ciri khas kelom geulis Tasikmalaya adalah terbuat dari kayu jenis mahoni atau albasia dengan ukiran, bordir, lukisan dan batik motif khas Tasikmalaya dan dibuat secara manual menggunakan tangan manusia. Ini memiliki kesan unik, antik, kuat dan sangat pantas jika dikenakan pada kaki wanita dan membuat kelom geulis dapat diterima oleh konsumen hingga ke mancanegara.

Hasil survey diketahui bahwa beberapa UKM kelom geulis di Kecamatan Tamansari tergantung pada permintaan pasar lokal karena keterbatasan kemampuan dalam melakukan pemasaran secara langsung kepada pasar mancanegara melalui teknologi internet, hal ini menurut para UKM kelom geulis merupakan masalah utama untuk memperluas penjualan hingga ke luar negeri. Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh kedua UKM kelom geulis tersebut di atas (Regga dan Salwa) adalah sering terjadi kesalahpahaman terhadap pesanan dari konsumen luar kota atau daerah. Hal tersebut dikarenakan alat komunikasi yang digunakan masih via HP dan layanan sosial media seperti BBM, sehingga konsumen tidak mendapat informasi yang akurat dan terbaru mengenai model dan harga. Menggunakan HP dan BBM memiliki kelemahan yaitu tidak dapat menampung gambar secara variasi dalam jumlah besar, update informasi dilakukan secara parsial, sehingga menyita waktu bagi pengusaha. Masalah lainnya adalah tidak ada alat bantu untuk mengorganisir pesanan dari konsumen secara otomatis, sehingga konsumen bisa mengetahui barang yang berstatus ready stock atau berstatus not ready stock dan dapat diakses oleh pelanggan di manapun dan kapanpun, tidak adanya media pemasaran secara cepat dapat menyebarkan informasi produk kelom geulis terbaru, sehingga mengakibatkan model kelom geulis cepat sekali ditiru oleh pengrajin lainnya.

Peluang pemasaran yang mendunia saat ini tidak diimbangi dengan keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi internet untuk melakukan pemasaran produk kelom geulis secara global melalui internet, misalnya melalui aplikasi e-commerce berbasis web, maka UKM dapat merebut pasar (Solechan A, Natalistyo. 2011). E-Commerce berbasis Web akan menjadi solusi dari masalah di atas dan menguntungkan konsumen (Nugrahani. 2011), tetapi ada masalah lainnya dalam implementasi E-Commerce yaitu keterampilan mitra dalam mengelola aplikasi tersebut, maka solusinya adalah perlu dilakukan pelatihan kepada mitra agar dapat menggunakan dan merawat aplikasi e-Commerce tersebut.

Dari uraian di atas, maka solusi yang disetujui sebagai solusi yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian ini adalah

1. Memberikan pelatihan penggunaan aplikasi e-Commerce berbasis web, di mana aplikasi ini memiliki kemampuan mengorganisir pesanan konsumen dengan menampilkan status setiap barang.
2. Aplikasi mampu menampilkan iklan produk mitra, aplikasi mampu diakses dengan internet dan aplikasi dapat dioperasikan dengan laptop maupun dengan tablet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web.

Target dan luaran dari kegiatan PPM ini mengacu pada permasalahan mitra yang mana membutuhkan sekali penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan internet untuk digunakan sebagai media iklan dan penjualan produk kelom geulis pada masyarakat yang lebih luas. Selain target dan luaran berdasarkan mitra, luaran dari IbM ini adalah berupa jurnal pengabdian yang diterbitkan di lingkungan Universitas Siliwangi. Adapun target dan luaran PPM seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. PPM capaian target

No	Target
1	Terbangunnya aplikasi <i>e-Commerce</i> untuk UKM Kelom Geulis berbasis web dengan HTML 5.
2	Mitra dapat membuat dan iklan produk sendiri dan mampu mengunggah iklan tersebut ke aplikasi <i>e-Commerce</i> .
3	Mitra dapat memahami secara menyeluruh dan terampil menggunakan komputer dan teknologi internet untuk mendukung meningkatkan penjualan melalui <i>e-commerce</i> .
4	Mitra dapat dengan terampil melakukan respon baik penjualan maupun layanan pesanan model sesuai kehendak konsumen melalui <i>e-commerce</i> .

Tabel 2. PPM capaian luaran

No	Luaran
1	Berhasil dibuat <i>e-Commerce</i> berbasis Web.
2	Kemampuan mitra membuat iklan produk kelom geulis dang mengunggah iklan ke aplikasi <i>e-commerce</i> .
3	Meningkatnya kemampuan pegawai atau staf mitra dalam menggunakan teknologi TI sebagai alat pendukung aplikasi <i>e-commerce</i> .
4	Terjadinya komunikasi antara mitra dengan konsumen melalui aplikasi <i>e-commerce</i> yang dibuatnya.

Spesifikasi *e-commerce* yang akan dibuat, memiliki spesifikasi dan beberapa kemampuan sebagai berikut:

Tabel 3. Spesifikasi dan Kemampuan

No.	Spesifikasi
1.	Aplikasi dapat dibuka di beberapa mesin <i>browser</i> seperti google Chrome, Firefox, internet explorer dapat diakses melalui laptop maupun tablet.
2.	Aplikasi mampu mengelola pesanan, pembelian produk
3.	Memiliki kemudahan dan pengubahan konten sehingga mudah dioperasikan oleh mitra dengan kemampuan terbatas.
4.	Tampilan yang interaktif sebagai media E-marketing produk kelom geulis
5.	Kemudahan pengorganisasian produk kelom geulis yang ada pada aplikasi berikut status produknya.

II. METODE PELAKSANAAN

2.1. 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. PEMBAHASAN

Salah satu produk andalan Kota Tasikmalaya yaitu Kelom Geulis Tasikmalaya. Kelom Geulis (bahasa Sunda) yang berarti "Kelom Cantik" merupakan produk kerajinan masyarakat Tasikmalaya hasil kreatifitas yang memiliki nilai fungsi sekaligus memiliki nilai estetis. Kelom diambil dari bahasa Belanda 'kelompen' yang artinya sandal kayu, geulis sendiri berasal dari bahasa Sunda yang artinya cantik yang berarti sandal kayu yang cantik. Kelom geulis terbuat dari kayu mahoni atau albasia yang dibuat secara manual dengan menggunakan tangan. Agar tampak menarik kelom geulis diberi hiasan dengan menggunakan cukilan atau digambar langsung pada bagian kelom, adapun cara pewarnaannya dengan menggunakan kuas atau dengan airbrush, penerapan pahatan pada kelom geulis dibentuk dengan garis-garis yang tegas, yang pada umumnya berupa motif-motif bunga.

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 4. PPM Hasil capaian luaran

No	Materi	Tujuan
1	Sosialisasi manfaat <i>e-commerce</i> sebagai media pemasaran global Oleh . Andi Nur Rachman, M.T.	Dapat mengetahui berbagai macam bentuk penjualan online. Serta teknologi yang mendukung untuk sarana bisnis online.
2	Pelatihan menggunakan media pemasaran aplikasi <i>e-commerce</i> berbasis web Oleh. Cecep Muhamad Sidik Ramdani, M.T.	Melakukan membuat iklan dan memposting produk yang akan dijual secara online, serta mengelola pesan pelanggan.



IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

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.

Aplikasi mampu menampilkan iklan produk mitra UKM kelom geulis, serta dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web yang dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi pemesanan barang UKM kelom geulis yang dipasarkan.

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 UKM kelom geulis dalam memasarkan produk secara global dan tak terikat waktu.

4.2 Saran

Saran untuk pengabdian lanjutan serta untuk penelitian lanjutan, mengimplemtasikan aplikasi e-Commerce yang dihasilkan untuk di hosting-kan sehingga pihak mitra UKM kelom geulis dapat menggukan dalam implemntasi bisnis pemasaran produk secara global dan memiliki domain perusahaan sendiri sebagai bentuk indentitas UKM sebagai produk unggulan daerah Kota Tasikmalaya.

Penetilian untuk pengabdian masyarakat ini dibiayai kemenristekdikti, peneliti berterimakasih kepada mitra dan semua pihak terkait yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Notoatmodjo, S. 2002. Metodologi Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Rineka Cipta
- M. Suyanto, *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Andi, Bandung, 2003.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran Indonesia. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat. 2007.