

## **PEMANFAATAN MOBILE COMMERCE GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM NARESCRAFT DI DESA TULUNG AGUNG**

**Wulandari<sup>1</sup>, Rosa Afriliani<sup>2</sup>**

Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung  
Prodi Manajemen Informatika, STMIK Pringsewu Lampung  
Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu Lampung  
E-mail : [seankoko008@gmail.com](mailto:seankoko008@gmail.com)<sup>1</sup>, [rosaafriani25@gmail.com](mailto:rosaafriani25@gmail.com)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

UMKM Narescraft adalah usaha yang memproduksi berbagai macam produk kerajinan tangan yang terbuat dari talikur dan akrilik. UMKM ini berada di Desa Tulung Agung, Kec. Gadingrejo, Kab. Pringsewu. UMKM ini memproduksi barang seperti tas dari talikir, bunga hias dari akrilik, kotak tissue dan keranjang aqua, dan masih banyak yang lainnya. Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan m-commerce pada UMKM Narescraft guna meningkatkan penjualan produk. Salah satu bentuk kendala yang di alami UMKM Narescraft ini adalah pemasaran produk yang belum meluas karna kurangnya pengetahuan tentang perkembangan teknologi saat ini. Salah satu manfaat dari penelitian ini pun guna memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang di inginkan secara mudah. penelitian ini merancang sebuah website sebagai sarana promosi ataupun penjualan produk-produk dari UMKM tersebut supaya produk dari UMKM ini bisa dikenal luas oleh masyarakat luar. Peneliti merancang sebuah website menggunakan software mobirise. Mobirise adalah sebuah aplikasi / software gratis yang dapat membuat desain website responsive gratis terbaik untuk Windows, Mac, dan Android. Peneliti menggunakan implementasi m-commerce dengan website pada UMKM ini supaya dapat membantu mengurangi biaya yang di keluarkan dan dapat menyampaikan informasi secara detail. Dengan penelitian ini peneliti berharap dapat membantu meningkatkan penjualan produk-produk kerajinan tangan ini.

**Kata kunci :** m-commerce, mobirise, UMKM, website

### **I. PENDAHULUAN**

Teknologi informasi mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dan semakin lama semakin mengalami perkembangan yang sungguh luar biasa pada saat ini. Hampir dalam kegiatan sehari-hari pun kita tak lepas samayang namanya teknologi informasi. Tidak sedikit masyarakat yang mengakses internet untuk mencari sebuah informasi dan tidak terkecuali para pengusaha yang menggunakan teknologi informasi ini untuk menjalankan

bisnisnya di berbagai bidang. Kemajuan teknologi ini menghasilkan sebuah metode pemasaran yang berbeda dari yang biasanya saling tatap muka antara penjual dan pembeli sekarang teknologi ini menemukan sebuah model pemasaran dikenal dengan istilah baru yang berkaitan dengan *e-commerce*, *e-marketing*, *online shop*, *m-commerce* dan yang lain sebagainya. Saat ini banyak masyarakat menginginkan kemudahan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan. Tidak sedikit pula dari mereka memiliki daya beli yang tinggi, dan tidak mau terjebak dalam sebuah rutinitas yang sangat melelahkan dan mengharuskan mereka berjalan di satu tempat ke tempat yang lainnya untuk membeli sesuatu barang yang mereka inginkan. Di jaman modern ini cuma dengan membuka internet melalui *e-commerce* atau *m-commerce* mereka dapat mendapatkan yang mereka inginkan.

Ada sebuah penelitian tentang bisnis online yang diteliti oleh pakar dan ahli di bidang bisnis. Sebuah penelitian tentang *e-commerce* sudah dilakukan oleh (Asiza, Aulia, dan Iramani 2016) Dikatakan bahwa tidak semua negara mempunyai level yang sama sebagai pengguna *e-commerce*. Salah satu faktor kultural yang menyebar di kalangan konsumen mempengaruhi *e-commerce* di negara tersebut, sehingga menghasilkan suatu aktifitas berupa pembelian lewat online. Penelitian tentang *e-commerce* pernah dilakukan oleh (Fauzia 2016) dikatakan bahwa di dalam sebuah pemasaran *m-commerce* dan *e-commerce* dapat mengurangi pemborosan di kalangan pembisnis. *E-commerce* dan *m-commerce* lebih hemat karena bisa mengurangi beban para pembisnis dengan menghemat biaya-biaya yang bersangkutan dengan pemborosan. Karna dengan adanya *m-commerce* ini lebih mempermudah para pembisnis menjalankan bisnisnya. Tidak perlu mengeluarkan modal yang begitu banyak untuk membuka usahanya. Adapun berdasarkan penelitian (Andriyanto 2018) membahas tentang UMKM melalui *e-commerce* bahwa para pembisnis UMKM berpendapat bahwa pemanfaatan teknologi informasi masa kini yang diterapkan dalam *e-commerce* dan *m-commerce* dapat membantu memperluas pemasaran produk dari UMKM tersebut dan dapat meningkatkan penghasilan yang lumayan tinggi.

Seiring dalam perkembangan di dunia bisnis ini *e-commerce* dan *m-commerce* merupakan kebutuhan untuk meningkatkan bisnis penjualan produk-produk. Adanya *e-commerce* dan *m-commerce* ini membuat para penjual ataupun pelaku UMKM saat ini memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan penjualan tanpa membutuhkan modal yang besar, hanya menyediakan lapak atau toko. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sudah menjadi bagian yang penting dari sebuah sistem perekonomian yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi yang menyediakan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat.

Keberadaan UMKM di Desa Tulung Agung, Kec. Gadingrejo, Kab. Pringsewu ini adalah salah satu UMKM yang memproduksi berbagai macam kerajinan tangan, salah satunya adalah kerajinan tangan dari talikur dan akrilik. Salah satu bentuk kendala yang di alami UMKM Narescraft ini adalah pemasaran produk yang belum meluas karna kurangnya pengetahuan tentang perkembangan teknologi saat ini. Adapun alasan lain dalam pemilihan objek penelitian dikarenakan untuk melakukan peningkatan penjualan produk kerajinan tangan ini melalui *e-commerce* dan *m-commerce* supaya produk ini lebih luas dikenal oleh masyarakat. Pemanfaatan *m-commerce* dan *e-commerce* dalam UMKM ini diharapkan dapat lebih meningkatkan pemasaran produk tersebut.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Manajemen Pemasaran

(Zarella 2014) Pemasaran sebuah sistem dari semua kegiatan usaha yang dilakukan untuk mempromosikan, menentukan harga, dan mendistribusikan barang/jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli. Manajemen pemasaran suatu proses pengelolaan, perencanaan dan evaluasi yang dilakukan di sebuah perusahaan atau individu dalam usaha guna meningkatkan penjualan produk barang dan jasanya. Manajemen pemasaran itu sebuah rancangan yang dilakukan untuk mempromosikan atau menjual suatu barang/jasa yang dilakukan oleh pembisnis/pengusaha tersebut untuk memperlancar suatu pemasaran.

### b. M-Commerce

(Suyanto 2003) (Isnanto dan Putra 2013; Siti Mukaromah 2015) Mobile commerce adalah penjualan dan pembelian barang/jasa yang dilakukan melalui *wireless* hand-held devices seperti telepon seluler, personal data assistants, kamera digital, mp3 player, handheld gaming devices, dan computer. Penggunaan *m-commerce* akan meningkatkan suatu produktivitas dengan data yang berkecepatan tinggi dan juga mobile system yang irit biaya.

### c. Website

(Fauzi 2013; Satria 2016) Website itu sebuah sistem yang bersangkutan dengan dokumen yang digunakan sebagai media guna menampilkan sebuah gambar, teks, video, suara dan juga multimedia serta yang lainnya pada jaringan internet. Adapun pengertian yang lain menurut Yuherfizar bahwa website adalah sebuah metode yang digunakan untuk menampilkan sebuah informasi di internet seperti video, gambar, suara, teks yang bisa di akses melalui browser.

### d. Mobirise

Mobirise adalah sebuah aplikasi/software gratis yang dapat membuat sebuah desain website responsive gratis untuk Windows, Mac, dan Android. Karena jaman semakin canggih maka dengan adanya aplikasi ini kita sudah tidak perlu lagi pusing-pusing menggunakan coding. Ini adalah cara mudah untuk membuat sebuah desain produk sebagai media promosi yang mempermudah pelanggan mencari barang yang sesuai dengan keinginannya.

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Pengumpulan Data

#### a. Observasi Data

Observasi sebuah metode penelitian yang dilaksanakan melalui pengamatan langsung pada suatu objek yang akan diteliti. Peneliti melakukan pengamatan dengan cara datang langsung langsung di sebuah UMKM di Desa Tulung Agung untuk mendapatkan data-data yang faktual.

#### b. Wawancara

Wawancara suatu metode penelitian yang dilakukan secara langsung caranya dengan tanya-tanya langsung ke pemilik atau karyawan yang bekerja di sebuah objek yang akan diteliti. Peneliti tanya secara langsung kepada pemilik dan karyawan yang kerja di UMKM di Desa Tulung Agung. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan sebagai data yang akan diteliti oleh peneliti.

### c. Pustaka

Peneliti melakukan pengumpulan data dari sumber referensi berupa buku, artikel dan sumber-sumber lainnya yang ada di internet juga sebagai panduan dalam analisis dan perancangan sistem serta penyusunan laporan.

### 3.2 Model Perancangan

(Muhammad Muslihudin 2016) Metode yang dilakukan di dalam pembuatan software dengan menggunakan metode *waterfall* yang ada pada beberapa proses di antaranya sebagai berikut:

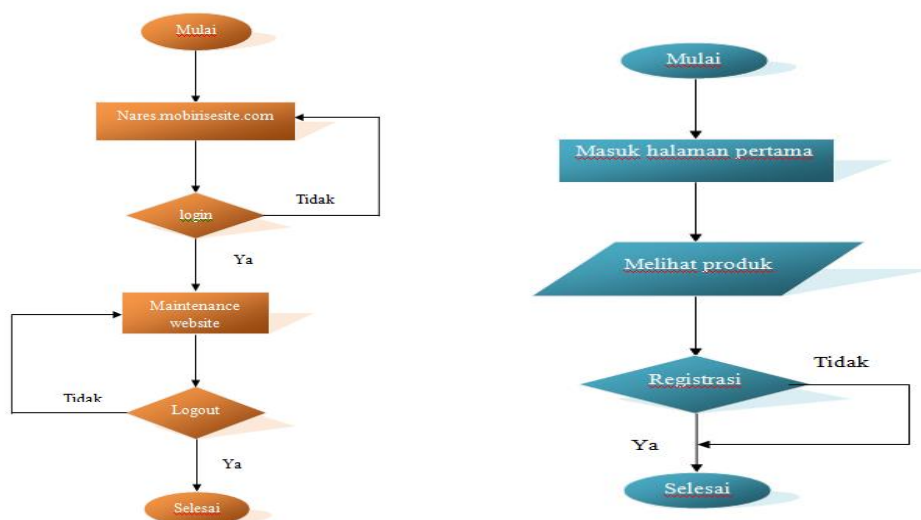
- System Requirements Analysis di tahap ini dilakukan pengumpulan data-data dan proses indentifikasi keperluan serta fungsi-fungsi dari sistem yang akan dibuat.
- Design pada tahap ini merupakan tahap penerjemahan dari suatu data yang akan di analisis kedalam bentuk sebuah gambar yang mudah di pahami oleh pengguna.
- Implementation and Testing pada tahap ini tahap di masa percobaan atau pengujian pada *software* yang sudah dibuat.
- Maintenance ini merupakan sebuah tahap akhir yang dimana serangkaian kegiatan pemeliharaan dari suatu peralatan dan fasilitas selalu siap dalam menghadapi perubahan sesuai dengan permintaan pengguna.

## IV. PEMBAHASAN

Perancangan sistem webiste *m-commerce* pada UMKM Narescraft di Desa Tulung Agung ini bertujuan guna memberi gambaran untuk pemahaman komponen yang akan di proses dan di desain sebagai media promosi produk.

### 1. Flowchart

Flowchart ini sebuah bentuk gambaran bagan-bagan yang memiliki alur yang menggambarkan sebuah tahap-tahap penyelesaian suatu masalah atau suatu gambaran proses untuk menjalankan sebuah suatu program.



Gambar 1. Flowchart Administrator dan Flowchart Pelanggan

Implementasi merupakan suatu tahap yang dimana sebuah sistem bisa dijalankan. Pada tahap ini kita dapat mengetahui apakah sebuah sistem itu berjalan atau tidak. Kalaupun sebuah sistem itu belum bisa berjalan maka kita dapat memperbaiki sistem tersebut supaya bisa berjalan. Ini

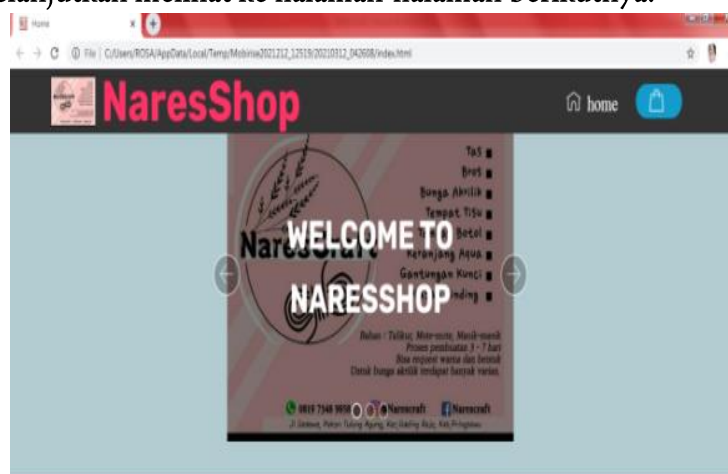
adalah sebuah tindakan suatu sistem yang terencana dan untuk mencapai sebuah tujuan kegiatan tersebut.

#### 4.1 Pembahasan

Dari sebuah analisa dan perancangan yang sudah dilakukan, maka hasil dari website yang dibuat ini tampak seperti pada gambar dibawah berikut :

##### a. Halaman Utama

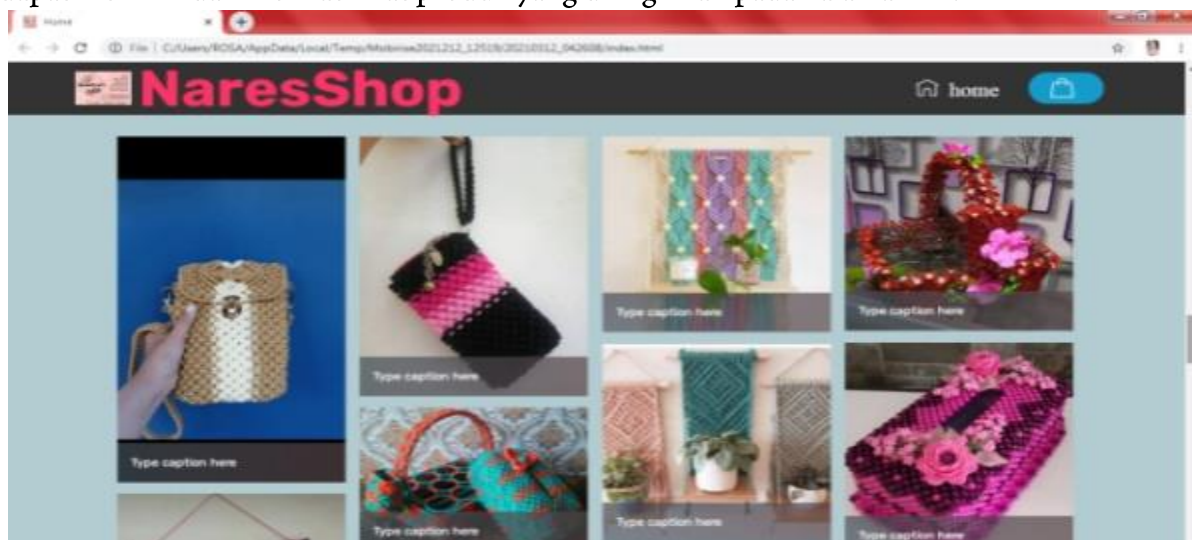
Halaman utama ini menampilkan sebuah logo selamat datang yang ada pada gambar 2. Saat pengunjung membuka website atau link maka yang akan muncul pertama adalah halaman home atau halaman utama selamat datang. Pada halaman ini dapat memberi tau konsumen atau pengunjung bahwa mereka sudah memasuki link atau website dari NaresShop ini. Maka konsumen bisa melanjutkan melihat ke halaman-halaman berikutnya.



Gambar 2. Halaman Utama

##### b. Halaman Pemilihan Produk

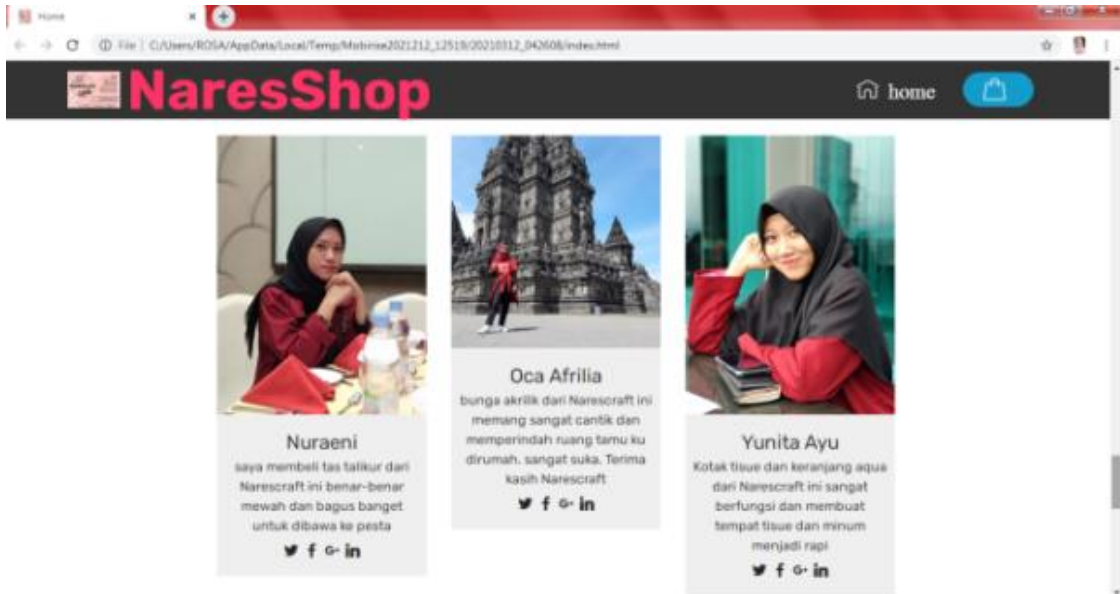
Pada halaman ini ditujukan pada gambar 3. Halaman ini ditujukan pada pengunjung atau konsumen untuk melihat produk-produk dari Narescraft yang berupa tas pesta atau main, bunga dari akrilik, tas hp, hiasan dinding, kotak tissue, keranjang aqua dan lain sebagainya. Pengunjung dapat memilih dan melihat-lihat produk yang di inginkan pada halaman ini.



Gambar 3. Halaman Pemilihan Produk

### c. Halaman Komentar Konsumen

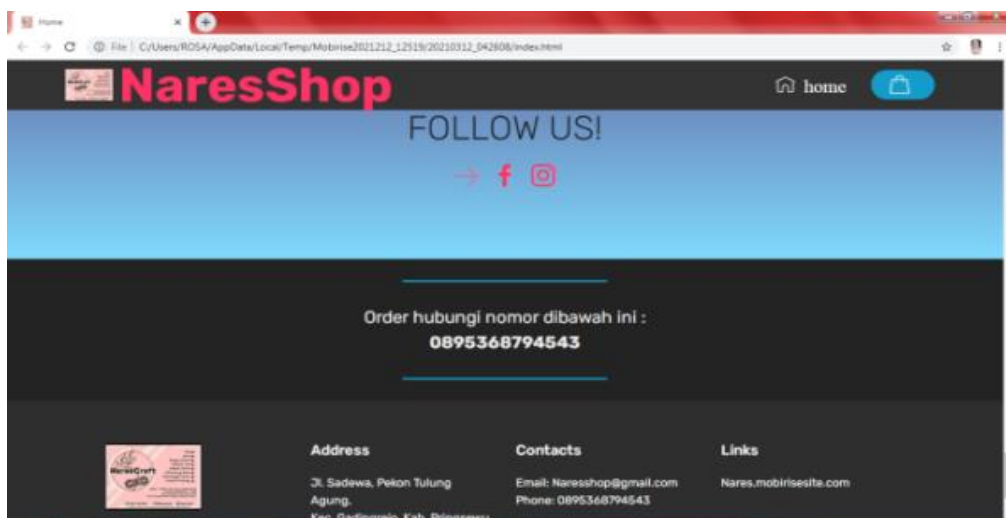
Halaman ini berisi tentang kolom komentar para konsumen Narescraft yang sudah membeli produk-produk dari Narescraft. Konsumen memberikan review produk-produk dari Narescraft yang sudah mereka beli. Dari halaman ini pemilik dapat menerima masukan dari para konsumen untuk membuat produk-produk yang lebih kreatif lagi. Halaman komentar ini ada pada gambar 4.



Gambar 4. Halaman komentar konsumen

### d. Halaman Pengorderan Barang

Pada halaman ini bertujuan jika para pelanggan atau konsumen ingin membeli atau memesan produk dapat melihat pada halaman ini. Halaman pengorderan barang ada pada gambar 5. Pada halaman ini terdapat nomor pemilik. Jika ingin memesan atau membeli produk dapat menghubungi nomor yang tertera pada halaman pengorderan barang tersebut. Terdapat pula alamat dari pemilik NaresShop ini. Jika ada yang ingin melihat produk-produk secara langsung dapat berkunjung ke alamat yang sudah tertera pada halaman ini. Ada juga e-mail dari pemegang Narescraft ini.



Gambar 5. Halaman order produk

## V. KESIMPULAN

Ada beberapa kesimpulan dari penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu dengan adanya pemanfaatan dari *e-commerce* dan *m-commerce* yang dilakukan di UMKM Narescraft di Desa Tulung Agung memberikan dampak yang baik pada UMKM tersebut. Salah satunya adalah dapat membantu mengurangi biaya untuk membuka usaha (toko, promosi, dll) pada UMKM Narescraft yang membuat produk-produk kerajinan tangan dari talikur dan akrilik ini, juga dapat memberikan informasi secara detail produk-produknya. Dan juga memudahkan proses untuk bertransaksi tanpa harus datang langsung ke tempatnya untuk membayar produk yang akan dibeli. Website sebagai media informasi sangat bermanfaat bagi penjualan dan pembelian online ini. Karena dengan penjualan online ini dapat meningkatkan penjualan, Serta dengan menggunakan website sebagai media promosi pun dapat memperluas hasil produk supaya dikenal oleh masyarakat luar. Sehingga memudahkan penjualan produk ke luar kota.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, Irsad. 2018. "Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 6(2): 87–100.
- Asiza, Putri, Agustien Aulia, dan Rr Iramani. 2016. "Pengaruh corporate social responsibility pada kinerja keuangan perusahaan pertambangan." *Journal of Business and Banking (JBB)* 5(2): 195–212.
- Fauzi, M. Miftahul Amin. 2013. *Program Database Visual Basic 6 and SQL Server 2000*. ed. Putri Cristian. Yogyakarta.
- Fauzia, Ika Yunia. 2016. "Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan." *Journal of Business and Banking (JBB)* 5(2): 237–56.
- Isnanto, Rahmat Fadli, dan Apriansyah Putra. 2013. "Rancang Bangun Aplikasi M-Commerce Berbasis Android Sebagai Media Pemesanan Pada Distro Online." *Unsri*: 1–12.
- Muhammad Muslihudin, Oktafianto. 2016. *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur Dan UML*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Satria, Fiqih. 2016. *Pemrograman WEB (HTML, CMS dan JavaScript)*. ed. Erang Risanto. Yogyakarta: Andi Offset.  
<https://books.google.co.id/books?id=F005DgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=fiqih+satria&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi2-tyEzcvfAhVDT30KHRBWA5cQ6AEILTAA#v=onepage&q=fiqih+satria&f=false>.
- Siti Mukaromah, Dadi Rosadi. 2015. "Perancangan Aplikasi E-Commerce (Studi Kasus: Distributor Coklat Bandung)." *Jurnal Computech & Bisnis* 9(1): 58–72.
- Suyanto, Muhmmad. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zarella, Dan. 2014. *Igarss 2014 Social Media Marketing*.