

PENERAPAN E-MARKET PLACE PADA PENGRAJIN PISANG AROMA DESA GESING KECAMATAN KANDANGAN TEMANGGUNG

Mardinawati, Agus Suwondo, M.Noor Ardiansah, Eka Murtiasri, Ulfah Hidayati

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

Jl. Prof Sudarto, SH., Semarang

Email : watimardina@yahoo.co.id

Abstrak

Mitra pada Program Pengabdian Masyarakat ini adalah pengrajin pisang aroma di Desa Gesing Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Tujuan dari program pengabdian adalah meningkatkan penjualan pisang aroma secara online,. Bahan baku berupa pisang diperoleh dari daerah sekitar yang kebunnya ditanami buah pisang. Pemasaran produk pisang aroma hanya di took milik pengrajin, dan dititipkan pada took oleh oleh di Temanggung dan sekitarnya, pemasaran masih secara konvensional, sehingga produk ini belum dikenal secara luas sampai keluar daerah. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dibuat desain E-Market Place untuk memperluas daerah pemasaran, Metode pendekatan yang digunakan adalah pelatihan dan praktek penerapan teknologi E-Market Place, pendampingan usaha dan monitoring. Luaran dalam program ini adalah omzet penjualan pisang aroma meningkat sebesar 10%, dan meningkatkan pendapatan bagi pengrajin pisang aroma tersebut,—publikasi ilmiah di jurnal ilmiah, prosiding seminar nasional.

Kata Kunci : *Pisang, E-Market Place, Harga Pokok Produksi*

A. PENDAHULUAN

Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung dikenal dengan perkebunan kopi, sehingga kopi Robusta menjadi hasil perkebunan utama di daerah tersebut. Namun selain tanaman kopi, masih banyak dijumpai tanaman pohon pisang di daerah tersebut. Pohon pisang yang dijumpai di wilayah tersebut, telah dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk diolah menjadi produk makanan, sehingga dapat mempunyai nilai tambah dan nilai manfaat yang lebih.

Mitradalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pengrajin pisang aroma Rajawali yang beralamat di Desa Gesing, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Temanggung. Sebagai pengelola pada pengrajin ini adalah Bpk Suradji. Dalam menjalankan usahanya, dibantu oleh keluarga sendiri dan tenaga dari luar.

Hasil produk pisang aroma, dipasarkan dengan kemasan 500 grm dan 250 grm. Harga untuk kemasan 500 gram sebesar Rp 13.000 sedangkan untuk kemasan 250 gram seharga Rp. 7.500.

Pemasaran yang dijalankan selama ini dengan cara dititipkan pada toko oleh-oleh di kota Temanggung dan sekitarnya serta dipajang di toko miliknya. Transaksi penjualan hanya mengandalkan pelanggan yang datang ke tokonya. Pengrajin belum melakukan promosi melalui penjualan pada tempat pameran maupun pada sosial media. Pengrajin juga belum memanfaatkan pemasaran melalui jaringan internet, sehingga produk pisang aroma Rajawali hanya dikenal di daerah Temanggung dan sekitarnya.

Hasil penjualan pisang aroma selama tahun 2020 mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan faktor pandemi Covid 19 yang sedang melanda Negara kita, yang mana adanya kebijakan dari pemerintah untuk melarang warganya bepergian atau adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Warga dilarang bepergian jika tidak sangat mendesak dan penting. Ternyata kebijakan ini membawa dampak yang signifikan bagi para pengrajin makanan khususnya pengrajin pisang aroma di Desa Gesing Kecamatan Kandangan ini. Hal ini dikarenakan model pemasaran masih secara konvensional. Menurunnya penjualan berdampak pada penurunan omset serta penurunan pendapatan bagi pengrajin pisang aroma Rajawali maupun tenaga kerjanya.

Kondisi Umum Mitra terdapat pada gambar di bawah.



Gambar 1: kunjungan ke toko pengrajin



Gambar 2: menggulung pisangaroma

Adapun kondisi umum mitra serta kunjungan tim terdapat pada gambar 1-2.

Pisang aroma dijual dalam kemasan 250 gram dan 500 gram, dengan harga jual Rp 7.500,- dan Rp 13.000,-. Harga yang ditentukan tersebut adalah harga dengan ambil langsung dari tempat toko seperti terdapat pada gambar 2.

Kemajuan teknologi dapat berpengaruh terhadap sistem pemasaran yang diterapkan. E-commerce merupakan perdagangan yang memanfaatkan infrastruktur teknologi informasi dan internet yang memiliki peranan penting dalam kegiatan berbisnis, hal ini yang belum dilakukan oleh mitra.

B. SUMBER INSPIRASI

Pengrajin sebagai mitra berkeinginan untuk mengenalkan produk pisang aroma sampai ke luar daerah, agar pemasaran semakin luas. Mitra belum memiliki kemampuan manajemen dalam mengembangkan strategi memperluas jangkauan pemasaran. Produk dipasarkan di toko oleh-oleh dan toko miliknya sendiri, sehingga jangkauan pemasaran belum luas.

Kesepakatan mitra dengan tim pelaksana adalah bahwa mitra ingin meningkatkan penjualan, melalui perluasan jangkauan pemasaran. Untuk itu dalam pada program pengabdian ini dilakukan praktek dan pendampingan dalam implementasi pemasaran online kepada pengrajin pisang aroma.

C. METODE

Metode pendekatan yang digunakan adalah pelatihan, praktek pada bidang manajemen. Pada era informasi sekarang ini terdapat banyak perusahaan offline yang aktif mengembangkan teknologi internet untuk operasional perusahaannya yang dikenal dengan nama e-commerce. E-commerce sebagai alat yang dapat digunakan untuk berbagai informasi bisnis, menjaga hubungan bisnis serta melakukan transaksi melalui media komunikasi (Warszawa, 2015). Dalam dunia bisnis, e-commerce merupakan kebutuhan dari suatu bisnis saat ini dalam pengembangan usaha. Pada kegiatan e-commerce para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam (Maulana. 2015).

Jika pasar konvensional memerlukan pasar fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli maka marketplace memerlukan sarana virtual sebagai tempat terjadinya transaksi. Marketplace merupakan platform transaksibisnis online yang menyediakan metode elektrik untuk memfasilitasi transaksi komersil seperti menjual barang, jasa ataupun informasi secara

online antara pembeli dan penjual [L. Alrubaiee. 2012). Desain disusun menggunakan aplikasi toko talk. Aplikasi tersebut merupakan program e-commerce yang digunakan untuk mengelola perbelanja online berbasis web. Pada kegiatan praktek, tim program pengabdian mengumpulkan dokumen profil dan data produk pisang aroma, meliputi foto, harga, ukuran dan cara melakukan transaksi, yang akan dimasukkan ke dalam desain E Market Place.

Hasil desain tersebut digunakan untuk melatih dan praktek pada pengrajin pisang aroma Rajawali. Target dari kegiatan ini, para peserta mampu mengupdate profil, foto produk serta informasi harga dan keterangan produk pisang aroma. Praktek implementasi yang dilakukan oleh pengrajin pisang aroma Rajawali adalah, menggunakan panduan yang disiapkan oleh tim.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim program pengabdian unggulan Program Studi Komptersisasi Akuntsi Jurusan Akuntansi, melakukan kunjungan ke Pengrajin Pisang Aroma Rajawali Temanggung. Kunjungan dilaksanakan sebanyak dua kali. Tujuan kunjungan ini dalam rangka melakukan kegiatan program pengabdian masyarakat. Adapun bentuk kegiatan yang dilaksanakan kepada pengrajin pisang aroma adalah pelatihan, praktek dan implementasi pemasaran online.

Tahap awal dengan melakukan pengumpulan data dan informasi produk pisang aroma dan profile Pengrajin Pisang Aroma Rajawali, sebagai bahan content pada pemasaran online. Kegiatan berikutnya adalah praktek menyusun pemasaran online produk Pisang Aroma, agar produk dikenal lebih luas, sehingga pemasaran semakin meningkat. Kegiatan ini meliputi cara menyusun pemasaran online, dan sekaligus praktek implementasi pemasaran online.

Pemasaran yang telah dilakukan oleh pengrajin selama ini adalah dengan melalui telpon, dititipkan di toko oleh-oleh dan di pajang di toko rumah pemiliknya. Meskipun sudah berjalan model pemasaran tersebut, namun di masa pandemi ini, penjualan di toko oleh-oleh mengalami penurunan, hal ini disebabkan berkurangnya pengunjung yang datang. Pemasaran online menjadi solusi dalam hal tersebut. Produk dikenal sampai luar daerah, konsumen tanpa harus pergi ke toko tersebut.

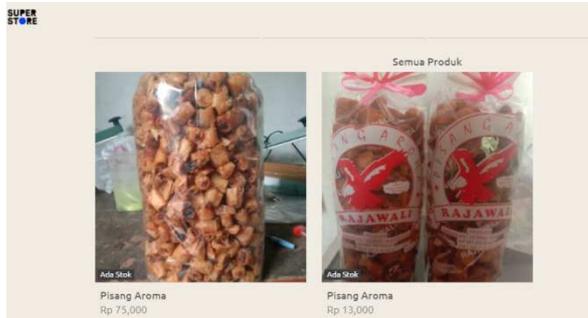
Kegiatan berikutnya adalah pelatihan internet dalam mendesain pemasaran online. Peserta dalam pelatihan ini adalah yang akan bertindak sebagai admin dalam pengrajin Pisang Aroma Rajawali. Langkah awal pada pelatihan ini adalah mengumpulkan data data tentang produk seperti foto foto produk, kemasan, harga produk dan spesifikasi produk yang di jual; CMS atau Content Manajement System yang di pakai adalah Tokotalk.com, di karenakan CMS ini merupakan CMS yang banyak di pakai dan pengoperasian yang mudah serta tampilan yang user Friendly; dilanjutkan mendaftarkan menjadi administrator web nya dengan memasukkan data data toko online yang baru.

Mitra dilatih menambahkan produk di toko kita dengan memasukkan gambar produk spesifikasi produk, ketersediaan produk jumlah minimal pembelian, katagori produk waktu tayang dan waktu berakhir tayang produk; Mendesain tampilan depan toko online dengan gambar-gambar dan tulisan yang menarik.

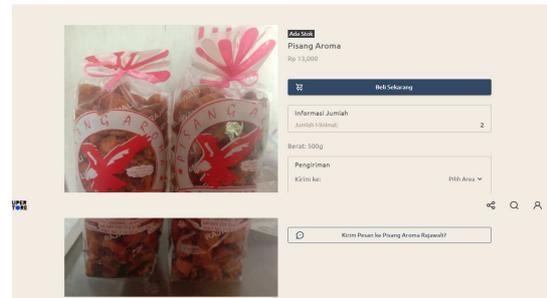
Pelanggan atau masyarakat umum sekarang dapat melakukan transaksi pembelian produk pisang aroma secara online. Semula untuk mendapatkan barang produk ini harus datang langsung ke toko pada desa tersebut, atau ke toko oleh-oleh yang menyediakan produk pisang aroma. Masyarakat luas sudah percaya dengan adanya transaksi secara online. Adanya kemudahan dan kepercayaan ini membuat pisang aroma dapat meningkat volume penjualannya. Seperti pada

hasil penelitian bahwa variabel kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam transaksi e-commerce (Raharjanti; 2020).

Tampilan pemasaran online adalah sebagai berikut:



Gambar 6: tampilan web pemasaran online



Gambar 7: tampilan web pemasaran online

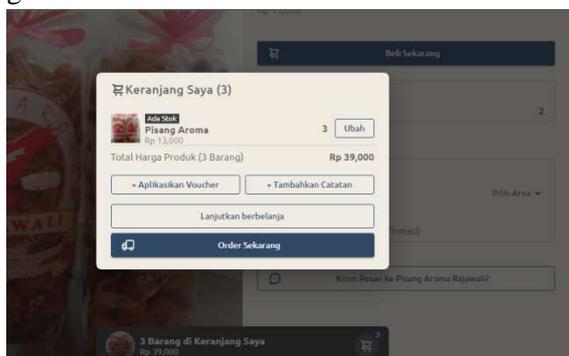
Untuk melakukan transaksi pembelian dapat dilakukan dengan mengklik salah produk seperti gambar 7.

Kemudian dilanjutkan dengan mengklik beli sekarang sebelumnya dengan memasukkan alamat pengiriman untuk menentukan biaya pengiriman

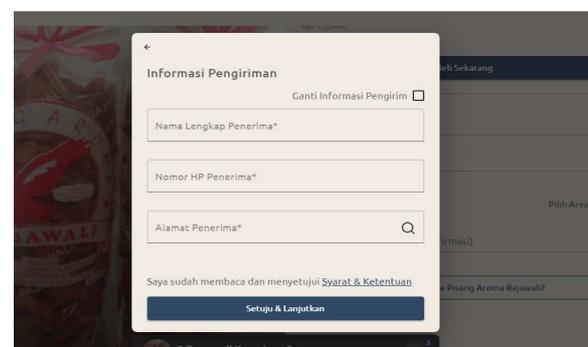


Gambar 8: tampilan web pemasaran online

Setelah itu klik beli sekarang seperti gambar 9, di lanjutkan dengan klik order sekarang seperti gambar 10.



Gambar 9: tampilan web pemasaran online



Gambar 10: tampilan web pemasaran online

Klik setuju lanjutkan pengisian alamat pengiriman



Gambar 11: tampilan web pemasaran online



Gambar 12: tampilan web pemasaran online

Dilanjutkan dengan memasukkan metode pengiriman, Serta metode pembayaran yang akan dipilih hasilnya seperti pada gambar 12.



Gambar 13: tampilan web pemasaran online



Gambar 14: tampilan web pemasaran online

Jika pilihan tranfer bank akan tampil seperti gambar 13.

Dengan memilih salah satu bank konsumen akan mendapatkan nomor virtual account untuk melakukan transaksi pembayaran dan akan di ingatkan lewat SMS

D.KARYA UTAMA

Dalam program Program Pengabdian Masyarakat ini telah dilakukan praktek dan pelatihan membuat peasaran online. Hasil aplikasi sistem pemasaran online dengan alamat <https://toko.ly/pisangaromarajawali/home>. Gambar foto kegiatan dan produk pisang aroma terdapat pada gambar 1-7. Selain pada bidang pemasaran, pengrajin sudah mampu menyusun laporan harga pokok dan laporan harga jual gula semut.



Gambar 3: Pelatihan dan implementasi pemasaran online



Gambar 4: Foto bersama pengrajin dengan tim



Gambar 5: Produk pisang aroma

E.ULASAN KARYA

Setelah mempunyai media pemasaran online maka pemasaran pisang aroma menjadi lebih luas, bisa dikenal sampai ke luar daerah Temanggung. Dampak dari pemasaran online ini selain dikenal di luar daerah, juga dapat meningkatkan penjualan yang sekaligus meningkatkan omset penjualan pisang aroma, sehingga pendapatan bagi pengrajin akan meningkat.

F.SIMPULAN

Melalui program pengabdian masyarakat ini, mitra mampu memperluas pemasaran produknya. Tim telah melakukan pelatihan dan praktek implementasi pemasaran online kepada mitra dalam hal ini adalah Pengrajin Pisang Aroma. Hasil dari kegiatan ini pengrajin mampu mendesain serta mengimplementasikan pemasaran online. Pengrajin mampu memperluas pemasaran produknya, sehingga dapat menaikkan omset penjualan.

G.DAFTAR PUSTAKA

- (1). L. Alrubaiee, H. Alshaibidan Y. Al-bayati, "Relationship between B2B E-Commerce Benefits, E-Market-Place Usage and Supply Chain Management," *Global Journal of Management and Business Research*, vol. 12, no. 9, June 2012.
- (2). MaulanaShaburMiftah,HeruSusilo,Riyadi. 2015. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (StudiKasusPadaTokoPastbrik Kota Malang).Malang. *JurnalAdministrasiBisnis (JAB)*|Vol. 29 No. 1 Desember 2015
- (3). Raharjanti Rani, Mardinawati, M. Noor Ardiansah, Ulfah Hidayati, Susena. 2020. PengaruhFaktorPsikologisTerhadapKeputusanPembelianDalamTransaksi E-Commerce, *Manajerial*, Vol. 19 No. 1 Januari 2020, Ha.

H. PENGHARGAAN

Kami selaku tim pelaksana program mengucapkan banyak terimakasih kepada Politeknik Negeri Semarang sehingga kegiatan pengabdian dengan mitra Pengrajin pisang aroma di Desa Gesing Kecamatan Kandangan Temanggung ini dapat terlaksana dengan lancar sesuai yang direncanakan.Kami juga mengucapkan banyak terimakasih kepada masyarakat sebagai mitra yang telah memanfaatkan hasil pemasaran online yang telah kami serahkan. Semoga hasil program ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai pengrajin pisang aroma di Desa Gesing Kecamatan Kandangan Temanggung sehingga akan meningkatkan pendapatan bagi pengrajin tersebut.