

Pelatihan Penggunaan *E-Commerce* untuk Tanaman Hias Dalam Memperluas Pemasaran di Desa Ciberem Kabupaten Banyumas

Toni Anwar¹, Aulia Hamdi² Anugerah Bagus Wijaaya³

Abstrak: Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah melakukan implementasi ecommerce dan pelatihan proses distribusi tanaman hias guna meningkatkan penjualan. Lingkup dalam implementasi solusi yang di tawarkan adalah aspek teknologi pemasaran/distribusi dan aspek manajerial. Target khusus yang ingin dicapai adalah implementasi e-commerce dapat berjalan dengan target awal terdapat 50 jenis produk yang ada di etalase. Berdasarkan masalah prioritas mitra, maka pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Rational Unified Process (RUP)*, 1. *Inception*, Fase ini merupakan analisis awal (*observasi*) pada mitra. 2. *Elaboration*, yaitu menganalisa berbagai persyaratan dan risiko kemudian menetapkan baseline. 3. *Construction*, fase ini adalah pembuatan aplikasi e-commerce berdasarkan data dari fase 1 dan 2. 4. *Transition*. Fase ini dimulai dengan pelatihan pegawai mitra dalam menggunakan aplikasi *ecommerce*, *transfer knowledge* kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi e-commerce. Setelah pemahaman e-commerce dilanjutkan dengan pelatihan packing untuk mengantisipasi pemesanan yang akan datang. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 1,5 bulan. Hasil dari program pengabdian ini adalah pembudidayaan tanaman hias dapat memanfaatkan ecommerce dan melakukan pengemasan sehingga tanaman hias dapat distribusikan secara luas.

Kata Kunci *E-commerce ; Tanaman Hias; UMKM*

Abstract: *The purpose of this community service is to implement e-commerce and training in the distribution process of ornamental plants to increase sales. The scope of the implementation of the solutions offered is the marketing / distribution technology aspect and the managerial aspect. The specific target to be achieved is the implementation of e-commerce can run with the initial target of 50 types of products in the storefront. Based on the priority problems of partners, the implementation approach uses the Rational Unified Process (RUP) method, 1. Inception, this phase is an initial analysis (observation) of partners. 2. Elaboration, namely analyzing various requirements and*

¹ Univeritas AMIKOM Purwokerto, Kabupaten Banyumas. toni@amikompurwokerto.ac.id

² Univeritas AMIKOM Purwokerto, Kabupaten Banyumas. hamdi@amikompurwokerto.ac.id

³ Univeritas AMIKOM Purwokerto, Kabupaten Banyumas. anugerah@amikompurwokerto.ac.id

risks and then establishing a baseline. 3. Construction, this phase is making e-commerce applications based on data from phases 1 and 2. 4. Transition. This phase begins with training partner employees in using e-commerce applications, transferring knowledge to partners, then proceeding to the mentoring phase, which includes making product advertisements, uploading new product data, and maintaining e-commerce applications. After understanding e-commerce, it is followed by packing training to anticipate future orders. The activity duration of this phase is 3 meetings per week for 1.5 months. The result of this service program is that ornamental plant cultivators can take advantage of e-commerce and carry out packaging so that ornamental plants can be widely distributed.

Keywords: *E-commerce; Ornamental Plants; UMKM*

A. Pendahuluan

Desa Ciberem yang terletak di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas. Desa Ciberem saat ini merupakan sentra budidaya tanaman hias, yang sebelumnya merupakan daerah perkebunan dan sawah yang kurang subur sehingga hasil panen yang didapat kurang maksimal. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan dengan program Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) (Sutisna, Sinaga, and Rosfiantika 2012). Sejak saat itu masyarakat Desa Ciberem mencoba berbudidaya tanaman hias dan sampai saat ini banyak masyarakat Desa Ciberem telah membuat UMKM yang bergerak di sektor tanaman hias sebagai sumber perekonomian mereka.

Paguyuban tanaman hias merupakan kumpulan UKM(Nurminingsih; Ani Nuraini; Sakti Brata Ismaya 2017) peserta program PKBM yang berhasil menjadi bisnis yang dapat bertahan sampai sekarang. Paguyuban tanaman hias memiliki perkebunan budidaya tanaman hias, dengan jumlah pegawai sebanyak 3 Orang. Proses bisnis yang saat ini berlangsung adalah memasarkan produk dengan memamerkan di Kawasan wisata baturaden dan juga tempat budidaya tanaman hias di Desa Ciberem.



Gambar 1. Lokasi Pembudidaya Tanaman Hias

Di masa pandemi Covid 19 ini semua perekonomian terhambat, tidak terkecuali Paguyuban Tanaman Hias terlebih dengan keterbatasan akses ke tempat-tempat wisata membuat Paguyuban Tanaman Hias mengalami penurunan omset. Penurunan berkisar 90% yang biasanya dalam satu bulan dapat menjual 5.000 polybag menjadi 500 Polybag setiap bulanya, Seharusnya di masa pandemic Covid 19 untuk penjualan community supported agriculture naik 430% (Bialik 2020).



Gambar 2. Dampak Covid 19 pada bisnis local.

Minimnya edukasi tentang digital marketing serta sarana/prasarana yang belum mendukung untuk Go Online adalah salah satu faktor penyebabnya sehingga dibutuhkan inovasi teknologi berbasis Less Contact Economy (LCE) yaitu Sistem informasi e-commerce (Sugiarti, Sari, and

Hadiyat 2020) penjualan tanaman hias. Proses distribusi yang saat ini berlangsung di Paguyuban tanaman hias yaitu dengan mendistribusikan langsung ke konsumen atau konsumen yang datang langsung mengambil produk, hal tersebut menjadi terkendala saat pemesanan tanaman hias tidak terlalu banyak dan juga saat volume transaksi yang tinggi. Kurang memahaminya tentang teknologi pengemasan untuk tanaman hias yang aman sehingga untuk proses distribusi yang jauh dan volume yang kecil dapat diserahkan ke jasa ekspedisi.

Lingkup yang disepakati untuk diselesaikan selama pelaksanaan aplikasi peralatan yang diimplementasikan (Fata Nidaul Khasanah, Herlawati, Seta Samsiana, Rahmadya Trias Handayanto, Anita Setyowati Srie Gunarti, Irwan Raharja, Maimunah 2020) adalah: 1. Aspek Teknologi Pemasaran/Distribusi Pemasaran yang belum digital membuat menurunnya omset di Paguyuban tanaman hias untuk membantu pemasaran online dan menampilkan etalase produk secara online dibutuhkan aplikasi ecommerce yang berisi semua produk dan detail deskripsinya. Transaksi yang dilakukan secara online akan mengumpulkan database konsumen dan membantu dalam dokumentasi transaksi. Proses distribusi yang saat ini berlangsung di Paguyuban tanaman hias yaitu dengan mendistribusikan langsung ke konsumen, hal tersebut menjadi terkendala saat pemesanan tanaman hias tidak terlalu banyak dan juga saat volume transaksi yang tinggi. Kurang memahaminya tentang teknologi pengemasan untuk tanaman hias yang aman sehingga untuk proses distribusi yang jauh dan volume yang kecil dapat diserahkan ke jasa ekspedisi. Distribusi tanaman hias memerlukan perlakuan khusus dalam pengemasan dan pengiriman guna menghindari tanaman yang rusak dalam perjalanan ataupun mati. Aspek Manajerial Kurang berpengalaman dalam proses bisnis yang berbasis teknologi juga akan menjadi tantangan di masa depan (Bismala 2016). Tantangan tersebut dapat diatasi dengan persiapan yang matang dalam implementasi ecommerce. Perubahan aspek manajerial terjadi pada proses input produk kedalam sistem, penentuan harga, proses pengemasan dan juga distribusi. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah melakukan implementasi ecommerce dan pelatihan proses distribusi tanaman hias guna meningkatkan penjualan.

B. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan oleh Tim dalam kegiatan pengabdian ini adalah praktikum terstruktur dimana masing-masing peserta diajak untuk bekerja atau mempraktekan apa yang diberikan oleh pengisi materi secara bersama-sama. Di Sela-sela pelatihan ini peserta juga diberikan

kesempatan untuk memberikan pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi. Para pengisi materi atau Tim Pengabdian juga mengajarkan langkah demi langkah supaya apa yang diberikan atau diajarkan oleh pemberi materi dapat berjalan dengan baik dan mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi.

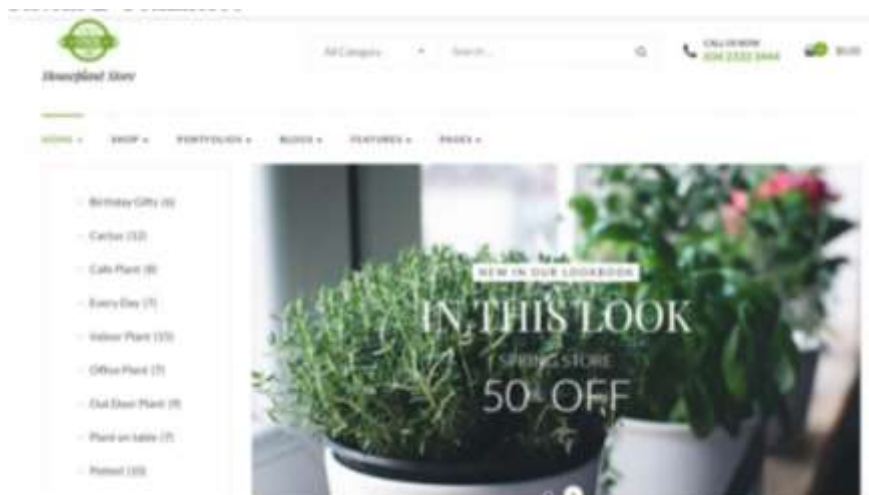
Berdasarkan masalah prioritas mitra, maka pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Rational Unified Process (RUP)* (Pressman 2015) dari Pressman, yaitu salah satu metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah menggunakan pembuatan aplikasi. 1. *Inception*. Fase ini telah dilakukan, yaitu merupakan 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 *baseline*. Fase ini adalah dengan *Focus Group Discussion (FGD)* kepada mitra untuk mengumpulkan informasi lebih lengkap guna menentukan perancangan 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. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 2 Minggu. 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 1 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 ecommerce, transfer knowledge kepada mitra, kemudian dilanjutkan pada fase pendampingan, meliputi pembuatan iklan produk, upload data produk baru, dan perawatan aplikasi e-commerce. Setelah memahami e-commerce dilanjutkan dengan pelatihan packing untuk mengantisipasi pemesanan yang akan datang. Durasi kegiatan dari fase ini adalah 3 kali pertemuan per minggu selama 1,5 bulan. Target dari fase ini adalah mitra mampu menggunakan ecommerce tanpa pendampingan lagi dan melakukan distribusi produk kepada konsumen.

C. Hasil dan Pembahasan

Pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan UKM Indonesia Bangkit adalah: 1. Dosen berperan dalam memberikan ilmu pengetahuan kepada mitra dengan memaparkan materi berupa digital marketing, penggunaan e-commerce, 2. Mitra yaitu pihak Paguyuban tanaman hias

berperan sebagai objek dalam pengabdian kepada masyarakat. Mitra akan mengikuti setiap program pembekalan sampai akhirnya dapat menjalankan bisnis tanaman hias berbasis teknologi dalam proses penjualan dan distribusi. Mitra berperan aktif dalam kegiatan pelatihan. 3. Masyarakat berperan sebagai pengguna e-commerce yang menjadi salah satu indikator keberhasilan implementasi e-commerce.

Deskripsi produk teknologi yang akan diimplementasikan Sistem E-Commerce (Maulana, Susilo, and Riyadi 2015)



Gambar 3. Teknologi yang di terapkan.

Daftar dari fitur yang ada di dalam sistem yang akan di implementasi

- Display produk disertai deskripsi dan harga,
- Display produk terbaru,
- Display produk terlaris,
- Display harga promo,
- Display keranjang belanja,
- Display merek yang dijual,
- Display rekening bank untuk pembayaran,
- Display kontak yang bisa dihubungi,
- Penghitung stok otomatis,
- Penghitung ongkos kirim otomatis,
- Fasilitas komunikasi real time online

l. Laporan Penjualan (Arman, Elizamiharti, and Muhammad Saf'an 2019)



Gambar 4. *Proses Transfer Knowledge.*

Prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan, 1. Prosedur kerja foto produk Memberikan pembelajaran kepada pembudidaya tanaman hias lokal agar dapat mengambil gambar / foto produk (tanaman hias) yang menarik, representatif dan kompetitif 2. Prosedur input produk kedalam e-commerce Melaksanakan workshop kepada mitra untuk memasukan data produk (tanaman hias) ke dalam website termasuk di dalamnya foto tanaman hias, keterangan yang berisi spesifikasi tanaman hias, harga serta jasa ekspedisi yang akan di pilih. 3. prosedur konfirmasi pesanan Memberikan pembekalan kepada mitra untuk menangani transaksi di dalam e-commerce serta menjelaskan bagaimana cara menjadi costumer service yang baik 4. Prosedur sitem pengiriman barang. Tahap selanjutnya dalam pengabdian ini adalah mengajarkan kepada mitra cara packing tanaman hias agar selama pengiriman dapat bertahan dan tetap dalam kondisi baik sampai ke tangan pelanggan. Mengajak mitra untuk bekerja sama dengan ekspedisi pengiriman termasuk di dalamnya kecepatan pengiriman barang 5. Prosedur sistem *payment online* Mengajarkan kepada pembudidaya tanaman hias cara untuk manajemen keuangan termasuk di dalamnya konfirmasi pembayaran pesanan dan cara tarik dana ke akun bank atau tunai 5. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program. Mitra berpartisipasi dalam setiap kegiatan pelatihan dalam implementasi ecommerce Peserta yang terlibat merupakan perwakilan dari mitra yang akan menangani transaksi online. Selain pelatihan implementasi ecommerce, peserta juga di bekali dengan pengetahuan untuk pengemasan untuk ekspedisi. Kendala dalam implementasi e-commerce di paguyuban tanaman hias adalah standar dalam proses upload produk agar sesuai yang di harapkan oleh

konsumen. Seperti deskripsi produk yang lengkap, foto produk yang menarik dan juga penentuan harga. 6. Evaluasi pelaksanaan program implementasi e-commerce ditahap awal adalah rutinya peserta pengabdian dalam proses upload produk kedalam sistem e-commerce. Selama pelaksanaan dan evaluasi di bulan berikutnya mencapai 30 produk yang sudah di upload (Aristi and Rahwana 2017).

D. Simpulan

Hasil dari pelatihan pengabdian masyarakat ini adalah Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim sudah terlaksana, dihadiri oleh 26 peserta yang merupakan Pembudidaya tanaman hias di desa ciberem. Tanggapan peserta atas kegiatan ini cukup positif, yang ditandai dengan rasa ingin tahu yang cukup besar dari para peserta, antusias peserta. Pelatihan implementasi e-commerce ini menghasilkan foto produk tanaman hias sebagai media pemasaran online yang menghasilkan 30 Foto produk siap di publikasikan di marketplace. Pelatihan *packing* dapat memberikan ilmu pengetahuan yang dapat di terapkan dalam pengiriman dalam pulau jawa dengan rentang ketahanan tanaman 2-3 hari agar produk tanaman hias dapat sampai dengan kondisi yang baik. Saran dari pengabdian masyarakat ini adalah pengabdian selanjutnya dapat menunjang pengabdian secara online, harus memperhatikan kecepatan internet atau jaringan online karena kecepatan internet mampu meningkatkan produktivitas dalam proses upload produk di dalam marketplace.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih pelaksana pengabdian kepada masyarakat ucapkan kepada beberapa pihak yang telah mendukung pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu kepada pihak Universitas AMIKOM Purwokerto yang telah memberikan dukungan berupa pendanaan kegiatan dan kepada pihak Paguyuban pembudidaya tanaman hias di Desa Ciberem yang telah memfasilitasi tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka:

- Aristi, Gea, and Kusuma Agdhi Rahwana. 2017. "Implementasi E-Commerce Sebagai Katalog Produk Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Di Kelurahan Sukahurip Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya." *Jurnal Technoper* 2.
- Arman, Arman, Elizamiharti, and Muhammad Saf'an. 2019. "Analisa Dan

- Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi Bagi Salman KS Flowers.” *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi* 10(1): 64–76.
- Bialik, Carl. 2020. “How the Coronavirus Pandemic Has Affected Local Businesses Around the Country.” *yelpeconomicaverage.com*: 1. <https://www.yelpeconomicaverage.com/yea-q1-2020> (November 17, 2020).
- Bismala, Lila. 2016. “Model Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah.” *Jurnal Enterpreuner dan Entrepreneurship* 5(1): 19–25.
- Fata Nidaul Khasanah, Herlawati, Seta Samsiana, Rahmadya Trias Handayanto, Anita Setyowati Srie Gunarti, Irwan Raharja, Maimunah, Benrahman. 2020. “Pemanfaatan Media Sosial Dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19.Pdf.” *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat (JSTPM)* 1(No. 1 Juli2020): 51–62.
- Maulana, Shabur Miftah, Heru Susilo, and Riyadi. 2015. “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 29(1): 1–9.
- Nurminingsih; Ani Nuraini; Sakti Brata Ismaya. 2017. “Penyuluhan Kelayakan Bisnis Usaha Kecil Menengah (UMKM) Tanaman Hias Di Wilayah Pondok Gede.” *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat* 1(1): 1–14.
- Pressman, Roger.s. 2015. *Rekayasa Perangkat Lunak-Buku Satu Pendekatan Praktis*. 7th ed. ed. et al. Andi Nugroho. Yogyakarta.: Andi.
- Sugiarti, Yenny, Yenny Sari, and Mochammad Arbi Hadiyat. 2020. “E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sambal Di Jawa Timur.” *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2): 298.
- Sutisna, Deny Firmansyah, Dian Sinaga, and Efi Rosfiantika. 2012. “Peranan PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) Dalam Menumbuhkan Minat Baca Warga Belajar.” *Students e-Journal* 1(1): 1–17.

