

WEBSITE E-COMMERCE GABEL WARGA RW 31 PANEMBAHAN YOGYAKARTA SEBAGAI SARANA PEMASARAN PRODUK KERAJINAN TAS RAJUT

Dessyanto Boedi P⁽¹⁾, Wilis Kaswidjanti⁽²⁾, Yenni Sri Utami⁽³⁾

^{1,2}Fakultas Teknik Industri, ³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Yogyakarta

RW 13 Panembahan yang berlokasi di Kelurahan Panembahan, Kecamatan Kraton, kota Yogyakarta merupakan lokasi yang sangat strategis dalam kaitannya dengan Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam pengembangan struktur ruang kota disebutkan pula bahwa kawasan wisata budaya dikembangkan di kecamatan kraton, kecamatan pakualaman dan Kecamatan Kotagede. Dari aspek lokasi, RW 13 panembahan berada di lokasi yang sangat strategis, yaitu sangat dekat dengan destinasi wisata budaya masangin di alun alun selatan, kraton, museum Sonobudoyo, sentra wisata kuliner gudeg wijilan, maupun wisata belanja Malioboro. Dari Aspek Kependudukan, RW 13 dihuni oleh 150 Kepala Keluarga dengan tingkat pendidikan yang baik dan mempunyai beragam profesi, seperti pebisnis, dokter, dosen, pegawai negeri maupun wiraswasta.

Kata kunci: e-commerce, pemasaran online, kerajinan

1. PENDAHULUAN

RW 13 Panembahan yang berlokasi di Kelurahan Panembahan, Kecamatan Kraton, kota Yogyakarta merupakan lokasi yang sangat strategis dalam kaitannya dengan Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam pengembangan struktur ruang kota disebutkan pula bahwa kawasan wisata budaya dikembangkan di kecamatan kraton, kecamatan pakualaman dan Kecamatan Kotagede. Dari aspek lokasi, RW 13 panembahan berada di lokasi yang sangat strategis, yaitu sangat dekat dengan destinasi wisata budaya masangin di alun alun selatan, kraton, museum Sonobudoyo, sentra wisata kuliner gudeg wijilan, maupun wisata belanja Malioboro. Dari Aspek Kependudukan, RW 13 dihuni oleh 150 Kepala Keluarga dengan tingkat pendidikan yang baik dan mempunyai beragam profesi, seperti pebisnis, dokter, dosen, pegawai negeri maupun wiraswasta. Dari aspek budaya di lingkungan RW 13 terdapat batik Tjokrosuharto, batik Kusdi, Nakarina Rias busana, serta terdapat 3 perangkat gamelan yang siap untuk digunakan dalam mendukung kawasan wisata budaya. Dari aspek lalu lintas, posisi RW 13 panembahan merupakan jalur utama lalu lintas antara sentra gudeg Wijilan dengan Alun Alun Selatan. Dari aspek ekonomi, berbagai potensi warga yang ada, apabila tergarap dengan baik akan lebih meningkatkan kesejahteraan warga.

Berbagai aspek yang telah disebutkan diatas merupakan peluang bagi RW 13 panembahan untuk berperan lebih aktif dalam pengembangan kawasan budaya dan pariwisata. Salah satu alasan bahwa kegiatan di RW 13 terkesan sepi dari kegiatan adalah karena berbagai potensi yang ada kurang tergarap dan terpromosikan secara baik. Dalam Rencana Program Kerja RW 13 tahun 2015 - 2018 disebutkan bahwa RW 13 mengadakan berbagai event kegiatan dan pengembangan kawasan budaya, misalnya pengembangan kegiatan kesenian, pengembangan event dolanan tradisional anak, pengembangan kegiatan seni dan budaya lansia, dan lain-lain. Untuk itulah sangat diperlukan sarana informasi, publikasi dan media promosi yang efektif dan efisien. Terlebih lagi dalam menghadapi gelombang kompetisi pasar bebas ASEAN yang sebentar lagi dimulai, perlunya kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi MEA pada Desember 2015.

Embrio potensi warga yang saat ini sedang diangkat oleh warga RW 13 adalah kerajinan rajut. Kerajinan ini diinisiasi oleh PKK RW 13 yang didukung penuh oleh jajaran pengurus RW 13 Panembahan. Kerajinan yang dimulai pada akhir tahun 2015 ini diawali dengan kegiatan pelatihan dan dilanjutkan dengan kegiatan rajut rutin bersama, sekaligus untuk meningkatkan ketrampilan dan daya inovasi produk. Kerajinan rajut ini akan dikembangkan menjadi suatu unit usaha yang mandiri, profesional dan amanah, serta berbasis komunitas. Untuk itu diperlukan suatu tim

manajemen yang baik, dukungan perajin yang berdaya juang dan inovatif, serta dukungan pemerintah dan berbagai pihak agar kerajinan rajut yang diberi nama Gabel yang merupakan potongan pada rangkaian huruf pada RW tigabelas menjadi maju dan berkembang.



Gambar 1

Kelompok Perajin Rajut Gabel

Usulan ini merupakan pengembangan usulan tahun sebelumnya yang berjudul Pembuatan Website sebagai Sarana Komunikasi dan Promosi Kawasan Wisata Budaya bagi Masyarakat RW 13 Panembahan Kecamatan Kraton, dan diharapkan adanya suatu kesinambungan kegiatan pengabdian masyarakat.

Dari uraian di atas, maka di dapat 2 (dua) permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat RW 13 Panembahan, yaitu

- a) Bagaimana melakukan pemberdayaan kemampuan SDM yang dimiliki kelompok perajin perkotaan rajut gabel, sehingga mampu menjadi kelompok usaha yang mandiri dan profesional ?
- b) Bagaimana mempromosikan usaha kerajinan rajut dalam peningkatan pendapatan dan kesejahteraan warga di RW 13 Panembahan. dalam rangka memanfaatkan kawasan wisata budaya ?
- c) Bagaimana memasarkan produk tas rajut tersebut secara online di internet?

Ketiga permasalahan tersebut harus dapat dikelola dan dikendalikan secara langsung, agar proses peningkatan kemampuan perajin rajut di RW 13 Panembahan sebagai wilayah pendukung kawasan wisata budaya.

2. TIJAUAN PUSTAKA

E-Commerce menurut Laudon & Laudon (2015), E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. E-Commerce atau yang biasa disebut juga dengan istilah Ecom atau Emmerce atau EC merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi Electronic Data Interchange (EDI), email, electronic bulletin boards, mesin faksimili, dan Electronic Funds Transfer yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di Internet shopping, Stock online dan surat obligasi, download dan penjualan software, dokumen,

grafik, musik, dan lain-lainnya, serta transaksi Business to Business (B2B). Sedangkan definisi E-Commerce menurut David Baum (1999, pp. 36-34) yaitu: E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and bussines process that link enterprises, consumers, and communities through electronics transactions and the electronic exchange of goods, services, and informations. E-Commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Definisi dari E-Commerce menurut Kalakota dan Whinston (1997) dapat ditinjau dalam 3 perspektif berikut:

1. Dari perspektif komunikasi, E-Commerce adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.
2. Dari perspektif proses bisnis, E-Commerce adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
3. Dari perspektif layanan, E-Commerce merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (service cost) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
4. Dari perspektif online, E-Commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui internet dan sarana online lainnya.

Kegiatan E-Commerce mencakup banyak hal, untuk membedakannya E-Commerce dibedakan menjadi 2 berdasarkan karakteristiknya:

1. Business to Business, karakteristiknya:
 - a) Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.
 - b) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
 - c) Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
 - d) Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
2. Business to Consumer, karakteristiknya:
 - a) Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarkan secara umum pula.
 - b) Servis yang digunakan juga bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
 - c) Servis yang digunakan berdasarkan permintaan.
 - d) Sering dilakukan sistim pendekatan client-server. (Onno W. Purbo & Aang Arif. W; Mengenal E-Commerce, hal 4-5)

Tujuan suatu perusahaan menggunakan sistim E-Commerce adalah dengan menggunakan E-Commerce maka perusahaan dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya. Manfaat dalam menggunakan E-Commerce dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

1. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar). Transaksi on-line yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
2. Menurunkan biaya operasional (operating cost). Transaksi E-Commerce adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi
3. Melebarkan jangkauan (global reach). Transaksi on-line yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya

- hanya dengan menggunakan media perantara komputer.
4. Meningkatkan customer loyalty. Ini disebabkan karena sistem transaksi E-Commerce menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.
 5. Meningkatkan supply management. Transaksi E-Commerce menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem supply management yang baik harus ditingkatkan.
 6. Memperpendek waktu produksi. Pada suatu perusahaan yang terdiri dari berbagai divisi atau sebuah distributor di mana dalam pemesanan bahan baku atau produk yang akan dijual apabila kehabisan barang dapat mememesannya setiap waktu karena on-line serta akan lebih cepat dan teratur karena semuanya secara langsung terprogram dalam komputer.

Electronic commerce adalah konsep yang kuat dan proses yang telah berubah secara fundamental arus kehidupan manusia. Electronic commerce adalah salah satu kriteria utama revolusi Teknologi Informasi dan komunikasi di bidang ekonomi. Gaya perdagangan karena manfaat besar bagi manusia telah menyebar dengan cepat. Tentu dapat mengklaim bahwa perdagangan elektronik dibatalkan banyak keterbatasan bisnis tradisional. Misalnya, bentuk dan penampilan bisnis tradisional telah berubah secara fundamental. Perubahan ini dasar untuk setiap keputusan dalam perekonomian. Keberadaan pasar virtual, ayat-ayat dan toko yang tidak menempati ruang fisik, yang memungkinkan akses dan sirkulasi di pasar ini sejenak dan di mana saja di dunia tanpa meninggalkan rumah adalah mungkin. Pilih dan memesan barang yang ditempatkan di jendela toko virtual bagian yang tidak ditentukan dunia dan juga beriklan di jaringan virtual dan pembayaran disediakan melalui layanan elektronik, semua pilihan ini disebabkan bahwa perdagangan elektronik dianggap mukjizat abad kita.

Definisi

Interaksi antara sistem komunikasi, sistem manajemen data dan keamanan, yang karena mereka bertukar informasi komersial dalam kaitannya dengan penjualan produk atau jasa, akan tersedia, sehingga definisi, komponen utama dari perdagangan elektronik adalah: sistem komunikasi, sistem manajemen data dan keamanan.

Sejarah

Pada 1970-an, perdagangan elektronik jangka, disebut pertukaran data elektronik untuk mengirimkan dokumen bisnis seperti pesanan pembelian dan suara elektronik. Kemudian, dengan perkembangan industri ini istilah commerce digunakan untuk bisnis barang dan jasa melalui web. Ketika pertama World Wide Web diperkenalkan pada tahun 1994 sebagai yang komprehensif, banyak peneliti terkenal telah didasarkan jenis usaha "bisnis berbasis web" hendak menjadi segera yang penting dalam perekonomian dunia, tapi butuh empat tahun yang http berdasarkan protokol harus banyak tersedia untuk pengguna. Perdagangan elektronik pertama diciptakan di Amerika Serikat dan beberapa negara Eropa pada tahun 1998. Jenis usaha yang dibentuk dengan pemula dan website tidak profesional dan telah berkembang pesat. Electronic commerce telah menyebar dengan cepat di sebagian besar kota di Amerika, Eropa dan Asia Timur pada tahun 2005. Ada yang bilang tanggal elektronik perdagangan kembali ke sebelum Internet, namun karena biaya gaya bisnis, hanya bisnis dan lembaga keuangan dan perusahaan bisa Gunakan. Namun dengan meluasnya penggunaan internet untuk semua orang dan mengubah struktur perdagangan elektronik, bisnis semacam ini dari kasus bisnis yang spesifik untuk tertentu kelompok dan menjadi bentuk industri.

Framework

Kerangka Electronic commerce terdiri dari tiga tingkat yang kerangka ini diperlukan untuk untuk perdagangan elektronik sukses.

1. Infrastruktur

Bagian pertama dari kerangka kerja untuk perdagangan elektronik adalah termasuk hardware, software, database dan komunikasi. Hal ini digunakan dalam jangka World Wide Web di Internet atau metode pesan beralih lain di Internet atau jaringan telekomunikasi lainnya.

2. Layanan

Bagian kedua dari kerangka termasuk berbagai layanan yang menyediakan kemampuan untuk menemukan dan kini informasi dan termasuk mencari mitra dagang, negosiasi dan kesepakatan

3. Produk dan Struktur

bagian kerangka perdagangan elektronik terdiri perkiraan dan penyediaan langsung barang, jasa dan informasi perdagangan yang berhubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis, kerjasama dan berbagi informasi di dalam dan di luar organisasi dan pengorganisasian lingkungan pasar elektronik dan rantai pasokan dan dukungan.

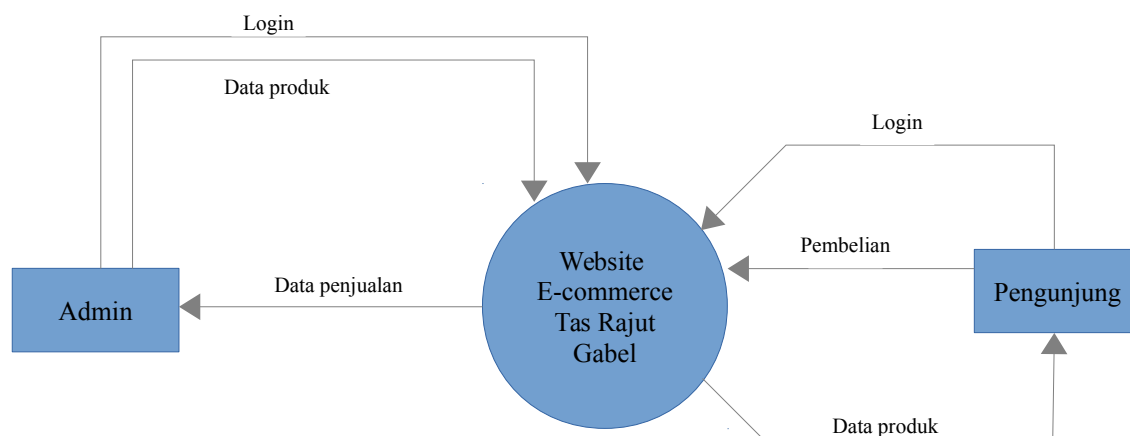
3. METODE PENELITIAN

Website yang akan dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL. Pemilihan bahasa ini didasarkan pada fakta bahwa:

- a) PHP dapat digunakan untuk membangun website dinamis
- b) PHP bersifat open source
- c) Aplikasi web yang dibangun menggunakan bahasa PHP dapat berjalan di semua sistem operasi dan dapat diakses oleh berbagai macam web browser.
- d) Aplikasi PHP memiliki kecepatan yang lebih baik jika dibandingkan dengan ASP
- e) Data terkoneksi dengan berbagai macam mesin database
- f) Bahasa ini tidak memerlukan proses kompilasi
- g) Didukung oleh banyak sekali vendor web server
- h) Pengembangan aplikasi sangat mudah dan didukung oleh banyak dokumentasi dan komunitas PHP

Sedangkan pemilihan database MySQL didasarkan pada fakta bahwa:

- a) MySQL bersifat open source sehingga tidak perlu biaya pembelian softwarena
- b) MySQL dapat diakses dengan bahasa SQL standar
- c) Database ini bersifat multi user dan dapat diakses oleh banyak user secara bersamaan
- d) Kecepatan akses data MySQL sangat menakjubkan jika dibandingkan dengan database open source yang lain-lain
- e) MySQL memiliki performa yang tinggi dengan database yang sangat besar



Gambar 1. Context diagram

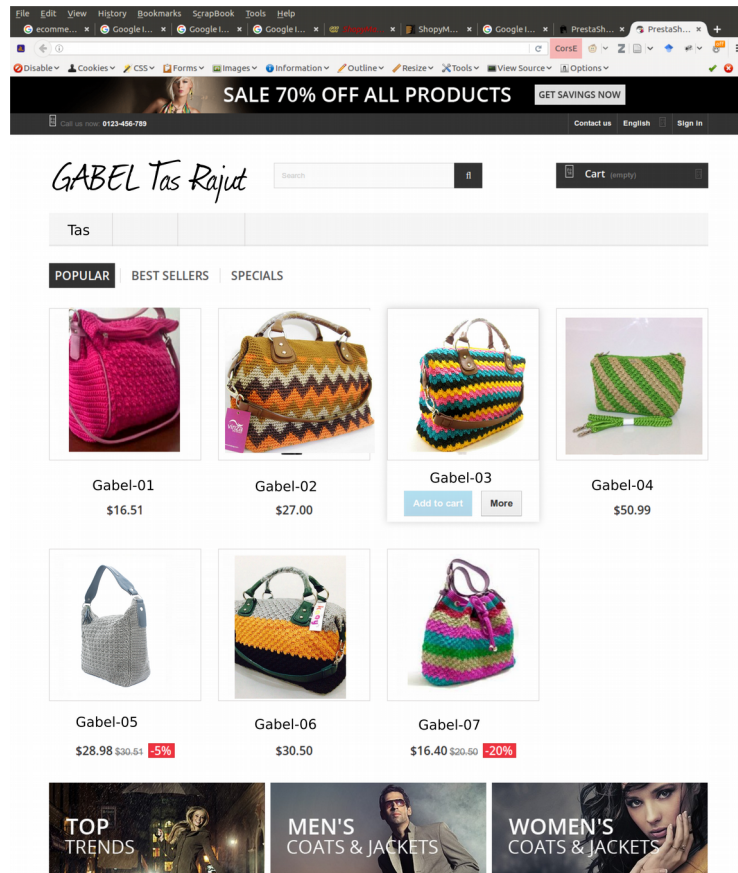
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari tiga permasalahan yang ada, setiap permasalahan memiliki sasaran yang berbeda. Tiap permasalahan memiliki cara dan kondisi tertentu yang dapat dilakukan untuk menghasilkan sebuah keputusan dan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Penyelesaian masalah yang dilakukan lebih kepada untuk melihat situasi dan kondisi yang sebenarnya. Pendekatan ini lebih mengarah kepada proses diskusi yang dilaksanakan secara nyata dan berkelanjutan, dan diharapkan dapat mensinergikan kegiatan-kegiatan yang selama ini telah dilaksanakan untuk dapat dituangkan ke dalam sebuah sistem yang lebih terpadu.

Dengan cara diskusi yang telah dilakukan, maka secara rinci terdapat beberapa langkah penyelesaian terhadap permasalahan yang ada, dengan dituangkan ke dalam bentuk kegiatan yang lebih nyata. Adapun bentuk dan langkah kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Peningkatkan kemampuan SDM yang dimiliki oleh masyarakat, terutama untuk membuat produk tas rajut dan mengelola sebuah *web e-commerce* yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk memasarkan tas rajut. Bentuk kegiatan dan langkah penyelesaian yang lebih konkret dilakukan dengan cara :
 - a. Pelatihan tenaga administrasi sistem dalam pengelolaan situs pemasaran. Pada pelatihan ini, tenaga atau SDM yang ada akan diberikan suatu proses dan metode pelatihan langsung, untuk mengembangkan sebuah sistem yang telah dimiliki. Para tenaga atau SDM yang akan dilatih, akan langsung berhadapan dengan permasalahan yang ada. Solusi dan pemecahan permasalahan yang ada, akan dilakukan secara bertahap sesuai dengan kemampuan dan kualitas SDM, hingga target penyampaian materi pelatihan akan dapat tercapai sesuai dengan tahapan dan langkah-langkah yang telah direncanakan.
 - b. Pembangunan web pemasaran online. Fasilitas pendukung web akan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri. Tenaga pengelola akan memberikan informasi dan data yang dibutuhkan oleh tim, untuk pengembangan web yang ada. Data dan informasi ini akan dikelola secara bersama oleh SDM yang dimiliki, sehingga sinergi dan kerja sama yang terbentuk anatar pengembang sistem dan tenaga SDM yang dimiliki oleh warga masyarakat akan semakin baik.
2. Warga RW 13 Panembahan yang tertarik untuk mengembangkan tas rajut mendapatkan pelatihan dari orang yang telah berpengalaman dalam hal produksi tas rajut sehingga kualitas yang akan dihasilkan menjadi sangat baik.
3. Pemakaian teknologi informasi terutama untuk pemasaran hasil kerajinan tas rajut warga RW 13 Panembahan diharapkan akan dapat meningkatkan penjualannya sehingga pada

akhirnya akan meningkatkan pendapatan warga RW 13 Panembahan.



Gambar 2. Website e-commerce Gabel

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan aplikasi ecommerce yang mendukung promosi hasil kerajinan tas rajut dari warga wilayah RW 13 Panembahan Yogyakarta. Hasil website dirancang untuk dapat mengatasi permasalahan produk tas rajut.

6. REFERENSI

- Agung, Gregorius. 2000. *Membuat Homepage Interaktif Dengan CGI/Perl*. PT. Elex Media Koputindo. Jakarta
- Aditiawan. 2007. *Bagaimana Mempromosikan Produk Wisata Daerah*. <https://businessenvironment.wordpress.com/2007/04/30/bagaimana-mempromosikan-produk-wisata-daerah/>. (diakses 31 Maret 2015)
- Koen Soekarno, 2007, *Strategi Promosi Wisata Perlu Keterpaduan*, <http://pariwisata.jogjakota.go.id/index/extra.detail/1789>. (diakses tanggal 31 Maret 2015)
- Nurul Iman. 2013. *Kelebihan dan Kekurangan PHP*. <http://www.nurulimam.com/2013/09/kelebihan-kekurangan-php.html>. (diakses tanggal 31 maret 2015).
- Paul DuBois, 2013, *MySQL (5th Edition) (Developer's Library)*. Addison-Wesley Professional. USA
- Harminingtyas, Rudika. 2015. Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*.

- Sari, Rizki Masyita, dan Syarif Hanoum. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modeling. *Jurnal Teknik ITS* 1.1. A488-A493.
- Wenno, Priscilla Paula. 2012. Pengaruh Kesan Pada Website Terhadap Citra Perusahaan Dan Minat Beli (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pada Butik online diadandia. com). Disertasi. UAJY.
- Laudon KC, Laudon JP. Management Information Systems, Managing the Digital Firm. Prentice Hall; 2015.
- Kalakota R. Frontiers of Electronic Commerce. Addison-Wesley; 1996.