

**PENGEMBANGAN *PLATFORM* WARUNG *ONLINE*
BERBASIS PRESTASHOP SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK UMKM
KABUPATEN KUNINGAN**

Cecep Supendi¹, Sofhian Fazrin Nasrulloh²

¹Cecep Supendi Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, STKIP
Muhammadiyah Kuningan

²Sofhian Fazrin Nasrulloh Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, STKIP
Muhammadiyah Kuningan

e-mail: cecepsupendi686@gmail.com

e-mail : sfn@upmk.ac.id

ABSTRACT

Kuningan Regency is an area that has a lot of natural resources that are utilized by MSME actors by processing them into Kuningan food or drinks so that they have a high selling value. SMEs still do not know how to increase sales in a very limited situation. The aims of this research are: (1) to develop an online warung platform (2) to determine the feasibility of an online warung platform (3) to determine the community's response. The results of this study are: (1) this study uses CMS Prestashop. Collecting data using interview guidelines, observations and questionnaires. This study uses the R&D research method using the ADDIE model. (2) The product feasibility test is carried out in 2 stages, namely the alpha test and beta test. The alpha test was carried out by 2 media experts and the beta test was carried out on 10 people consisting of 5 MSME actors and 5 buyers. The results of this study were 81.4% with a decent category. (3) The public's response to this online shop platform is quite good because they are helped in promoting their products online.

Keywords: *E-Commerce, UMKM, Prestashop.*

ABSTRAK

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu daerah yang mempunyai banyak sumberdaya alam yang dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM dengan cara mengolahnya menjadi makanan atau minuman khas Kuningan sehingga memiliki nilai jual yang tinggi. Para pelaku UMKM masih belum mengetahui cara untuk meningkatkan penjualan dalam situasi yang serba terbatas. Tujuan dari penelitian ini : (1) mengembangkan platform warung online (2) mengetahui kelayakan platform warung online (3) untuk mengetahui respon masyarakat. Hasil penelitian ini adalah : (1) penelitian ini menggunakan CMS Prestashop. Pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara, observasi dan angket. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian R&D menggunakan model ADDIE. (2) Uji kelayakan produk dilakukan dalam 2 tahap yaitu uji alpha dan uji beta. Uji alpha dilakukan oleh 2 orang ahli media dan uji beta dilakukan kepada 10 orang terdiri dari 5 orang pelaku UMKM dan 5 orang pembeli. Hasil dari penelitian ini adalah 81,4% dengan kategori layak. (3) Respon masyarakat mengenai platform warung online ini cukup baik karena mereka terbantu dalam mempromosikan produknya secara *online*.

Kata kunci: *E-Commerce, UMKM, Prestashop.*

PENDAHULUAN

Pada era industry 4.0 ini, penggunaan teknologi digital untuk UMKM sangatlah berpengaruh, terutama dalam meningkatkan penjualan. Namun pada kenyataannya, masih banyak pelaku UMKM yang masih kurang memaksimalkan peluang ini. *E-commerce* adalah penjualan dan pembelian yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan internet. Penggunaan *e-commerce* sangat menguntungkan banyak pihak, baik itu pihak konsumen maupun produsen atau penjual.

Kabupaten kuningan yang merupakan salah satu daerah yang menjadikan sector pertanian sebagai mata pencaharian utama penduduknya, memiliki potensi sektor industri pengolahan hasil pertanian. Sehingga banyak UMKM yang melakukan aktivitas produksi makanan khas kuningan baik dalam skala kecil maupun dalam skala menengah.

Pengembangan usaha pengolahan hasil pertanian yang sangat terbantu seiring diadikannya kabupaten

kuningan sebagai tujuan wisata oleh masyarakat sekitar wilayah kabupaten kuningan maupun dari kota-kota diluar kabupaten kuningan. Kondisi inilah yang mendorong masyarakat kuningan dalam mengembangkan usahanya, baik makanan maupun minuman, salah satunya dibuktikan dengan semakin banyaknya berdiri sentra-sentra oleh-oleh makanan khas kuningan.

Saat ini para pelaku UMKM sangat memerlukan perhatian yang khusus dari pemerintah, khususnya dalam peningkatan skill SDM nya, skill dalam pembuatan konten promosi dan wadah untuk promosi. Karena para pelaku UMKM masih belum mengetahui cara untuk meningkatkan penjualan dalam situasi yang serba terbatas. Berdasarkan hasil observasi melalui pembicaraan santai dengan salah satu pelaku UMKM yang menyampaikan bahwa beliau masih belum tau cara untuk mempromosikan produknya, terlebih beliau kurang memahami terkait teknologi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, munculah sebuah inovasi untuk membuat *platform e-commerce*, yang diberi nama warung *online* berbasis prestashop. Khususnya dalam kondisi pandemi covid-19 seperti ini yang mengakibatkan kegiatan jual beli secara langsung terhambat sehingga e-commerce menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan penjualan.

KAJIAN PUSTAKA

1. E-commerce

Laudon & Laudon (1998) mengemukakan pendapat bahwa E-Commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. Mariza Arfina dan Robert Marpuang berpendapat bahwa e-commerce atau yang biasa dikenal dengan e-com dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat

Prestashop merupakan *platform e-commerce* yang *open-source* dan sepenuhnya ditujukan untuk bisnis atau toko online. Prestashop memiliki beberapa keunggulan, diantaranya adalah : tampilan dashboard yang mudah dipahami, tersedia banyak module dan tema, dan proses penambahan produk mudah.

website yang menyediakan layanan “get and deliver”.

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.*

Diterjemahkan oleh Onno. W. Purbo; 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.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *E-commerce* adalah proses jual beli produk atau proses bisnis secara elektronik, yang memanfaatkan fasilitas internet, aplikasi atau *website*, yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu.

2. Digital Marketing

Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan, Digital *marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial.

Kleindl dan Burrow mengemukakan bahwa digital *marketing* adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Secara sederhana dapat diartikan sebagai pembangunan

dan pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan produsen.

Sedangkan, Heidrick & Struggles berpendapat bahwa digital *marketing* menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digambar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh.

Dapat disimpulkan bahwa digital *marketing* adalah proses periklanan termasuk *branding* dengan menggunakan berbagai media.

Banyak perusahaan yang menggunakan digital *marketing*, hal ini membuktikan bahwa DM memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh. Berikut beberapa kelebihan dari DM dibandingkan dengan pemasaran konvensional.

- a. Kecepatan penyebaran
- b. Kemudahan evaluasi
- c. Jangkauan lebih luas
- d. Murah dan efektif
- e. Membangun nama *brand*.

3. UMKM

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorang atau badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan criteria yang ditetapkan oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008.

Menurut Rudjito, pengertian UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

Ina Primiana mengemukakan bahwa, UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu; Industri manufaktur, Agribisnis, Bisnis kelautan dan Sumber daya manusia. Selain itu, Ina Primiana mengatakan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk

mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah kegiatan ekonomi yang dikelola oleh perorang atau badan usaha yang menjadi motor penggerak dan memiliki peranan penting dalam perekonomian serta mempercepat pemulihan ekonomi Negara.

4. Prestashop

Prestashop merupakan sistem toko *online* atau berbelanja secara *online* yang bersifat terbuka (*open source*). Prestashop merupakan salah satu solusi untuk berbisnis di internet dengan kemampuan untuk membuat sebuah toko *online* yang professional, dan berpartisipasi dalam *e-commerce* dengan menggunakan biaya yang minimum.

Selain itu karena para pelanggan khususnya masyarakat Indonesia lebih cenderung mengutamakan kemudahan yang merupakan faktor utama dalam melakukan transaksi secara *online* dan Prestashop secara tidak langsung memberikan kemudahan tersebut terhadap pelanggan seperti:

- 1) Mudahnya sebuah produk ditemukan
- 2) Mudahnya memperoleh informasi secara detail dari produk Mudahnya menyelesaikan belanja dan transaksinya.

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE, yaitu penelitian yang terdapat lima tahapan, meliputi *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*.

- 3) Selain itu juga prestashop mempunyai kelemahan,
- 4) adapun kelemahannya dari CMS prestashop adalah:
 - a. Belum tersedianya media untuk interaksi *user.User* hanya bisa memberikan komentar
 - b. *Back-end* sangat lambat untuk dikelola dan melakukan pemeliharaan
 - c. Untuk *free theme* masih kurang tersedia.

Model ADDIE ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 1975 oleh pusat teknologi pendidikan universitas negeri Florida dan diperuntukkan angkatan darat kemudian berkembang pesat dan diadaptasi oleh semua angkatan bersenjata. Model ini mengadaptasi *instructional system design* yang dikembangkan oleh angkatan udara

Amerika pada tahun 1970 yang lebih dikenal sebagai lima langkah pendekatan atau *five step approach*.

B. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Kabupaten Kuningan yang berjumlah 11.793 pada tahun 2020 dilihat dari website resmi Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah, Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Kuningan. Pada penelitian kali ini peneliti hanya

mengambil sampel 5 orang pelaku UMKM/penjual dan 5 orang pembeli.

• Sampel

Sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling* dan pengambilan sampelnya menggunakan *simple random sampling*. Karena *simple random sampling* ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah Produk dalam penelitian ini berupa Flatfrom warung online berbasis prestashop sebagai sarana promosi produk UMKM Kabupaten Kuningan. Produk ini dibuat agar dapat membantu penjual mempromosikan produk yang akan mereka jual kepada pembeli, dan juga membantu pembeli agar lebih mudah dalam membeli sesuatu yang mereka butuhkan.

Produk flatfrom warung online ini diharapkan mampu digunakan sebagai sarana promosi penjual untuk mempromosikan produknya.

B. Tampilan Produk

Berikut merupakan Setelah menganalisis penggunaan teknologi dalam promosi produk UMKM Kabupaten Kuningan melalui observasi dan wawancara, maka informasi yang terkumpul dapat

dijadikan sebagai acuan dalam tampilan *platform* warung *online* .

Produk yang dihasilkan berupa *website* toko *online* dengan menggunakan CMS Prestashop. Adapun tampilan *website* warung *online* adalah sebagai berikut:

- 1) Halaman awal *website*, pada halaman ini didalamnya berisikan beranda, makanan, minuman, *fashion*, cari, *log in*, *troli*, hubungi kami, *banner slider*, katalog produk.
- 2) Halaman *log in*, pada halaman ini didalamnya berisikan *e-mail*, *password*, *log in*, *lupa password*, buat akun.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian RnD (*Research and Development*), dengan menggunakan model ADDIE. Untuk mengetahui kelayakan *platform* warung *online* ini, produk akan diuji dengan cara penyebaran angket untuk melihat respon dari penjual/pelaku UMKM dan pembeli terhadap platform yang sudah digunakan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis angket yaitu angket untuk pengukuran aspek *functionality suitability* dan *usability*. Yang dilakukan untuk menguji *functionality suitability* adalah menggunakan *test case* berupa *checklist* yang telah dibuat oleh peneliti dengan sasaran peneliti dan 2 ahli media, sedangkan pada aspek *usability* akan dilakukan menggunakan angket yang sudah dibuat oleh peneliti dengan sasaran 5 orang penjual/pelaku UMKM dan 5 orang pembeli. Angket *functionality* berisi 18 pernyataan sedangkan *usability* berisi 11 pernyataan.

Dari hasil perhitungan *usability* dapat disimpulkan bahwa dari 10 responden penjual/pengguna didapatkan hasil

$$\begin{aligned} \text{Index (\%)} &= \frac{\text{Jumlah Skor Total}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100 \\ &= \frac{448}{10 \times 11 \times 5} \times 100 \\ &= \frac{448}{550} \times 100 \\ &= 81,4\% \end{aligned}$$

Dan dilihat dari tingkatan presentasi 81,4% masuk dalam kategori “layak”.

SIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap penggunaan teknologi dalam promosi produk umkm kabupaten kuningan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Platform warung online memiliki fitur *log in*, *log out*, akun saya, buat akun, lupa *password*, cari, *quick view*, beli, belanja lagi, *trolis*, proses pembayaran, pengiriman, pembayaran, *place order*, makanan, minuman, *fashion* dan hubungi kami. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan CMS Prestashop dalam proses pengembangan warung online. Tahap awal peneliti melakukan analisis secara observasi ke tempat produksi dan tempat menjual produknya, setelah itu penelitian membuat desain dan *flowchart* alur pembeli dan penjual, dilanjutkan pembuatan *platform* dan validasi ahli media, kemudian peneliti mengimplementasikan *platform* nya dan diakhiri oleh

evaluasi dengan menggunakan angket *usability* dan *functionality*.

2. Hasil pengembangan platform warung online secara keseluruhan semua fitur yang ada sudah berfungsi dengan baik namun masih banyak yang harus dikembangkan lagi.
3. Respon masyarakat mengenai platform warung online ini cukup baik karena mereka terbantu dalam mempromosikan produknya secara online, sehingga jangkauan pasarnya luas dan biayanya murah.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan oleh peneliti mengenai platform yang dibuat adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini peneliti menggunakan CMS Prestashop yang gratis sehingga fitur yang tersedia sangat terbatas. Masih banyak saran yang belum bisa diperbaiki oleh peneliti dikarenakan fitur yang dibutuhkan itu berbayar.

2. Platform warung online yang sudah dikembangkan harus dimanfaatkan secara maksimal agar penjualan produk umkm kabupaten kuningan meningkat walaupun sedang situasi pandemi covid-19.

3. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian dan pengembangan platform ini masih banyak

kekurangan. Oleh karena itu, untuk para peneliti yang penelitiannya relevan dengan penelitian ini diharapkan mampu melengkapi kekurangannya

DAFTAR PUSTAKA

- Ayodya R. Wulan. 2020. *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sarwandi.2017. *Otodidak Bikin Toko Online Dengan Prestashop*. Sleman: Mediakom
- Josua Tarigan, Ridwan Sanjaya. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugianto Aziz, Khabibah Umi. 2018. *Pengembangan Media Penjualann Online Dengan Menggunakan CMS Prestashop Untuk Pembuatan Website Toko Online Beruang* House Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 4(2):297-301.
- Sa'uda Siti, Yudiasuti Helda. 2015. *Website E-commerce Kerajinan Kain Khas Palembang Untuk Meningkatkan Penjualan*. *Jurnal Ilmiah MATRIK*. 17(3):195-204
- Arcanggih Diaz Junay, Kertahadi, Riyadi. 2014. *Implementasi E-commerce Sebagai Media Promosi dan Penjualan Secara Elektronik*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 14(1):1-10.
- Hestanto. *E-commerce Menurut Para Ahli* di

<https://www.hestanto.web.id/>

(diakses 03 Maret 2021)

Wikipedia. 2019. "Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM". Maxmanroe di <https://id.wikipedia.org/> (diakses 02 Maret 2021).

Iwan Supriyatna, "Pertumbuhan UMKM RI Diprediksi Capai 2 Juta". www.okezone.com. (diakses 04 Mei 2021).

Ilham Mubarak, "Tutorial PrestaShop: Panduan Membuat Toko Online". <https://www.niagahoster.co.id/blog/tutorial-prestashop/> (diakses 04 Mei 2021).

Grafis Paten. 2016. "Model Pengembangan Media Pembelajaran ADDIE". <https://grafispaten.wordpress.com/2016/01/02/model-pengembangan-media-pembelajaran-addie/> (diakses 04 Mei 2021).