

## Peningkatan Nilai Jual Produk Usaha dan Penerapan *E-Commerce* Pada Kelompok Tani Madani Jeneponto

Muhammad Aqil Amin\*<sup>1</sup>, Rini Indriani Alashari Syarif<sup>2</sup>, Andi Indah Ayu Lestari<sup>3</sup>  
St. Hajrah Mansyur<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia  
\*e-mail: [aqilamin09@gmail.com](mailto:aqilamin09@gmail.com)<sup>1</sup>, [riniindriani.syarif@gmail.com](mailto:riniindriani.syarif@gmail.com)<sup>2</sup>, [andin755@gmail.com](mailto:andin755@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[hajrah.mansyur@umi.ac.id](mailto:hajrah.mansyur@umi.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

Selama adanya wabah covid-19 permintaan kunyit bubuk dan kacang mete semakin berkurang. Hal tersebut menyebabkan permintaan penjualan produk kelompok tani madani mengalami penurunan omset hingga 50 persen. Selain itu, kami melihat kemasan dan label produk kunyit bubuk dan kacang mete kurang menarik dan kurang informatif. Adapun kendala mitra dari aspek pemasaran yang konvensional, minimnya pemahaman Sumber Daya Manusia (SDM) dalam penggunaan teknologi dan media sosial, sehingga penjualan produk hanya sebatas wilayah Jeneponto. Oleh karena itu, kami bertujuan untuk meningkatkan kompetensi SDM dalam mendesain label kemasan yang menarik, serta membantu dalam sistem pemasaran digital sehingga proses penjualan produk kelompok Tani Madani dapat meningkat di masa new normal life. Metode pelaksanaan yang kami lakukan yaitu identifikasi masalah mitra, pembuatan label kemasan, pengembangan website, sosialisasi dan pelatihan serta evaluasi. Adapun hasil yang telah dicapai setelah kami melakukan sosialisasi, diperoleh data terkait penilaian kemasan dan pelabelan produk terdapat 73,7% memberikan tanggapan sangat menarik. Selanjutnya diperoleh data terkait penilaian harga jual berdasarkan ukuran dan bentuk kemasan produk terdapat 84,2% memberikan tanggapan terjangkau. Data perolehan hasil penilaian terkait tampilan website e-SilanuMart terdapat 63,2% memberikan tanggapan menarik. Serta diperoleh data terkait kinerja pemasaran dan manajemen dari website e-SilanuMart terdapat 57,9% memberikan tanggapan sangat membantu.

**Kata kunci:** Desain kemasan, E-Commerce, Gunung Silanu, Kacang Mete, Kunyit Bubuk, Website

### Abstract

During the Covid-19 outbreak, the demand for turmeric powder and cashews is decreasing. This causes the demand for sales of products from civil farmer groups to decline by up to 50 percent. In addition, we see that the packaging and labels of turmeric powder and cashew nuts are less attractive and less informative. As for the partners' constraints from the conventional marketing aspect, the lack of understanding of Human Resources in the use of technology and social media, so that product sales are only limited to the Jeneponto area. Therefore, we aim to improve the competence of human resources in designing attractive packaging labels, as well as assisting in the digital marketing system so that the sales process of the Tani Madani group's products can increase in the new normal life. The implementation method that we do is identification of partner problems, manufacture of packaging labels, website development, socialization, training and evaluation. The results that have been achieved after we conducted the socialization, obtained data related to the assessment of packaging and product labeling, there were 73.7% giving very interesting responses. Furthermore, data related to the assessment of selling prices based on the size and shape of product packaging were obtained, there were 84.2% providing affordable responses. The data obtained from the assessment results related to the appearance of the e-SilanuMart website contained 63.2% giving interesting responses. As well as data related to marketing and management performance from the e-SilanuMart website, 57.9% gave very helpful responses.

**Keywords:** Cashew Nuts, E-Commerce, Gunung Silanu, Packaging Design, Turmeric Powder, Website

## 1. PENDAHULUAN

Desa Gunung Silanu merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto dengan luas wilayah 12,50 Km<sup>2</sup>. Berdasarkan letak geografisnya Desa Gunung Silanu termasuk daerah daratan dengan kemiringan tanah 0-5% dan 5-15% yang

memiliki ketinggian antara 0-50 meter dari permukaan laut. Komoditi utama yang dihasilkan dari sektor pertanian yaitu tanaman kunyit (*curcuma domestica*) dan kacang mete (*Anacardium occidentale*). (Nurhikmah, Irmayanti, L., dkk, 2020)



Gambar 1. Proses pengemasan (a) Kunyit bubuk (b)

Kelompok Tani Madani merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di daerah Desa Gunung Silanu Kecamatan Bangkala, Kabupaten Jeneponto yang mulai berdiri sejak tahun 2016 dan memproduksi kunyit bubuk asli dan kacang mete dengan kualitas yang tidak jauh lebih baik dibanding yang dihasilkan dari wilayah lainnya. Pada umumnya kelompok tani madani mampu menjual  $\pm$  30 kg kunyit bubuk dalam sebulan dan kacang mete 20 kg setiap masa panen. Sejak memasuki bulan Februari 2020 hingga saat ini, permintaan kunyit bubuk dan kacang mete semakin berkurang, hal ini disebabkan oleh terjadinya penyebaran *covid-19* yang terjadi secara global di berbagai negara. Pada akhirnya dampak yang ditimbulkan penduduk setempat tidak dapat mengadakan aktivitas seperti kegiatan pertemuan, hajatan atau syukuran. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab permintaan penjualan produk kelompok tani madani mengalami penurunan omset hingga 50 persen. Salah satu kendala utama dari permasalahan mitra adalah tidak adanya penerapan sistem pemasaran digital yang dapat membantu proses penjualan secara *online*. Selain itu, mitra tidak mempunyai sumber daya yang kompeten dalam sistem manajemen bisnis untuk memaksimalkan dan meningkatkan penjualan.

*E-commerce* merupakan teknologi yang menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak dibidang perdagangan. *E-commerce* merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet (Haryanti & Irianto, 2011).

Era industri 4.0 merupakan integrasi pemanfaatan internet melalui lini produksi di dunia industri. Terjadi perubahan dalam dunia industri yang ditandai dengan berubahnya iklim bisnis dan industri menjadi lebih kompetitif karena adanya perkembangan teknologi informasi. Industri 4.0 merupakan industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyber* (Irfani et al., 2020).

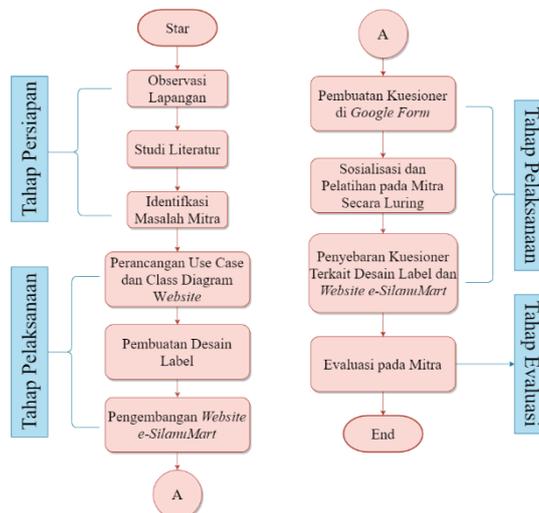
Berdasarkan uraian kondisi dan permasalahan mitra Kelompok Tani Madani, maka kami berupaya untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi mitra seperti meningkatkan mutu produksi kunyit bubuk dan kacang mete yang higienis dalam perbaikan proses produksi, membantu dari sisi kemasan dan manajemen dimana kami membantu dari proses pemasaran berbasis digital.

Oleh karena itu, kami akan memberikan inovasi tepat guna terkait solusi dari permasalahan mitra dalam hal ini upaya peningkatan produksi dan manajemen industri Kelompok Tani Madani dengan meningkatkan kemampuan produsen dalam pengelolaan produk yang higienis, pembuatan kemasan (*packaging*) dan pelabelan stiker produk yang menarik, penentuan ukuran dan bentuk kemasan yang bernilai ekonomis serta melakukan perancangan dan penerapan teknologi *e-SilanuMart* berbasis *website* yang terintegrasi dengan *web service* sebagai pengelolaan penyimpanan data. Dengan adanya *website e-SilanuMart* dapat membantu mitra dalam proses manajemen bisnis sehingga dapat menghasilkan proses pencatatan,

transaksi dan pelaporan secara detail serta sistematis. Selain itu, dapat meningkatkan penjualan produk meskipun di masa *new normal life*.

## 2. METODE

Tahapan metode pelaksanaan yang akan dikembangkan dan disusun secara sistematis melalui tiga tahapan yaitu :



Gambar 2. Flowchart Metode Pelaksanaan

### 2.1. Tahapan Persiapan

#### 2.1.1 Observasi Lapangan

Observasi dilakukan dengan cara mengunjungi lokasi mitra yaitu Kelompok Tani Madani yang berada di Desa Gunung Silanu Kecamatan Bangkala, Kabupaten Jeneponto untuk melihat apa saja permasalahan yang dialami mitra.

#### 2.1.2 Studi Literatur

Studi literatur diperoleh dari jurnal yang relevan dengan permasalahan yang akan diselesaikan berkaitan dengan kondisi Kelompok Tani Madani Jeneponto.

#### 2.1.3 Identifikasi Masalah Mitra

Dilakukan dengan melihat kondisi Kelompok Tani Madani Jeneponto mengenai proses pencatatan dan pemasarannya yang masih dilakukan secara manual khususnya dalam pembuatan catatan informasi yang masih menggunakan media kertas.

### 2.2. Tahapan Pelaksanaan

#### 2.2.1 Perancangan Use Case dan Class Diagram Website

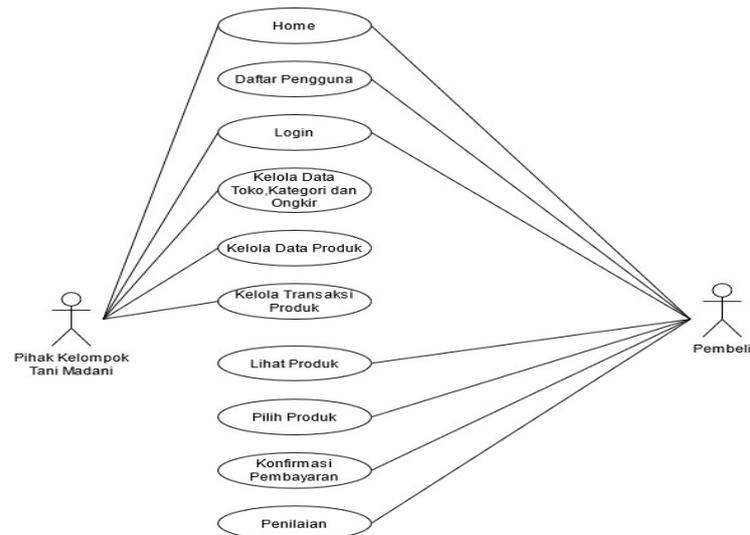
Merancang *use case* dan *class diagram* terkait alur kerja *website e-SilanuMart* menggunakan *tools MS. Visio* dan *website draw.io* seperti ditunjukkan oleh gambar 2 dan 3.

#### 2.2.2 Pembuatan Desain Label

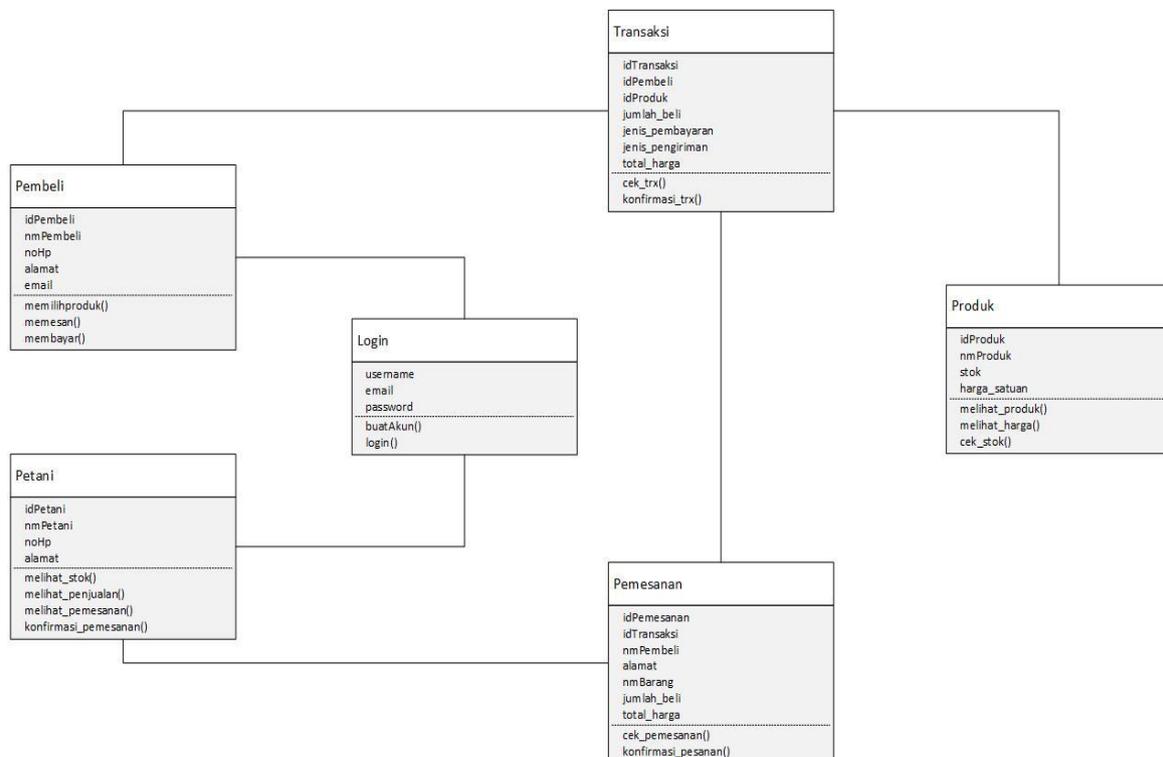
Pada tahapan ini kami merancang desain label kemasan untuk produk kacang mete dan kunyit bubuk agar terlihat lebih menarik dengan menggunakan aplikasi Adobe Illustrator.

#### 2.2.3 Pengembangan Website E-SilanuMart

Pada tahap ini kami melakukan pengembangan *website e-SilanuMart* yang terintegrasi dengan *web service* sebagai media penyimpanan data (*database*). *Website e-SilanuMart* dapat diakses pada tautan berikut: <http://e-silanumart.com>



Gambar 3. Use case website e-SilanuMart



Gambar 4. Class Diagram website e-SilanuMart

### 2.2.4 Pembuatan Kuesioner di Google Form

Pada tahapan ini kami membuat kuesioner untuk mengukur seberapa jauh tingkat pemahaman mitra terhadap pembuatan kemasan dan label yang menarik serta penggunaan *website e-SilanuMart*.

### 2.2.5 Sosialisasi dan Pelatihan pada Mitra secara luring

Pada tanggal 28 Juli 2021 kami melakukan sosialisasi dan pelatihan secara luring (*offline*) yang melibatkan dosen pendamping, anggota tim, ketua dan 4 orang anggota kelompok tani madani dengan memperhatikan protokol kesehatan. Adapun kegiatan ini untuk menunjukkan label kemasan yang telah dimodifikasi dan penggunaan *website e-SilanuMart* agar proses bisnis berjalan secara optimal.



(a) (b) (c)  
Gambar 5. Sosialisasi (a) dan pelatihan(b) pada mitra (c) secara luring

### 2.2.6 Penyebaran Kuesioner Terkait Desain Label dan Website *E-SilanuMart*

Penyebaran kuesioner terkait desain label dan website pada link <https://bit.ly/kuesionersilanumart> kami lakukan setelah sosialisasi berakhir.

### 2.3 Evaluasi Tingkat Pemahaman Mitra

Pada tahapan ini kami melakukan evaluasi pada tanggal 03 Agustus 2021 untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra mengenai website *e-SilanuMart* yang memudahkan Kelompok Tani Madani Jeneponto terkait kemasan dan label yang telah dimodifikasi dan penggunaan website *e-SilanuMart*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Pengemasan dan Pelabelan produk

Hal yang pertama kami lakukan dalam pengemasan produk kunyit bubuk yakni : melabeli kemasan toples dengan desain label yang telah kami buat, kemudian masukkan kunyit bubuk dalam kemasan, setelah itu kami menimbang kunyit bubuk yang telah dimasukkan kedalam kemasan menggunakan timbangan digital.



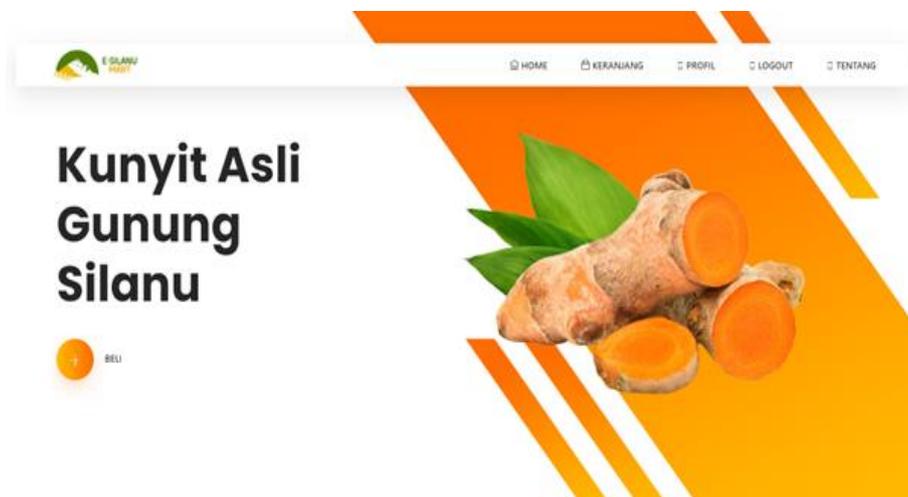
(a) (b) (c)  
Gambar 6. Melabeli kemasan (a) Memasukkan kunyit bubuk (b) Menimbang kunyit bubuk

Desain label kemasan kunyit bubuk sebelumnya (a) memiliki tampilan yang tidak menarik perhatian dan informasi produk tidak tertata dengan baik. Gambar (b)(c) merupakan label yang telah kami modifikasi dengan memperhatikan tata cara pembuatan label yang menarik dan benar.



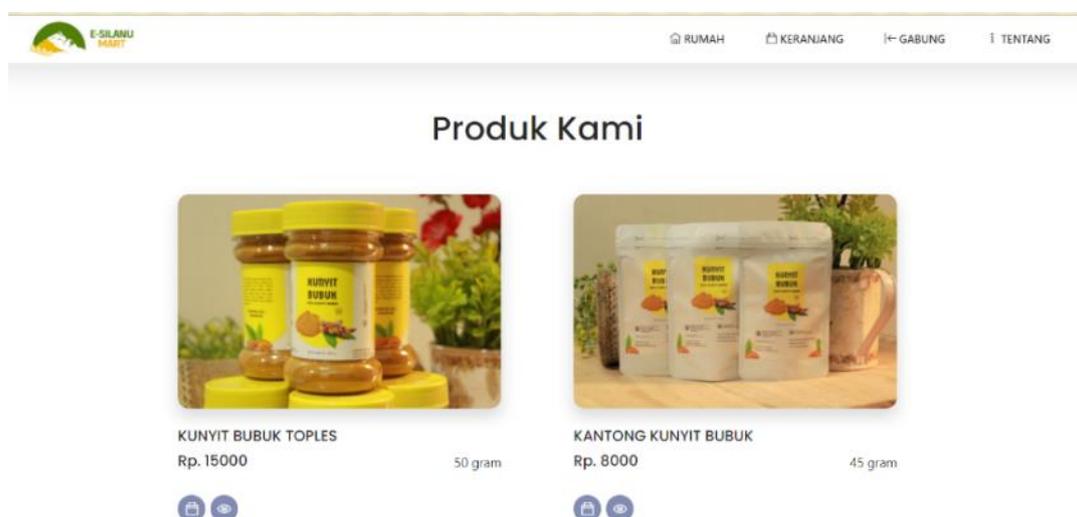
(a) (b) (c)  
Gambar 7. Label kemasan sebelumnya (a) Desain label kunyit bubuk (b) Desain kacang mete

### 3.2. Antarmuka Website e-SilanuMart Untuk Pembeli



Gambar 8. Tampilan Homepage

Tampilan *homepage* saat website pertama kali dijalankan, dimana terdapat logo e-SilanuMart, *icon* Beli untuk menambah produk ke dalam keranjang, pilihan menu Home, Keranjang, Profil, Login, dan Tentang.



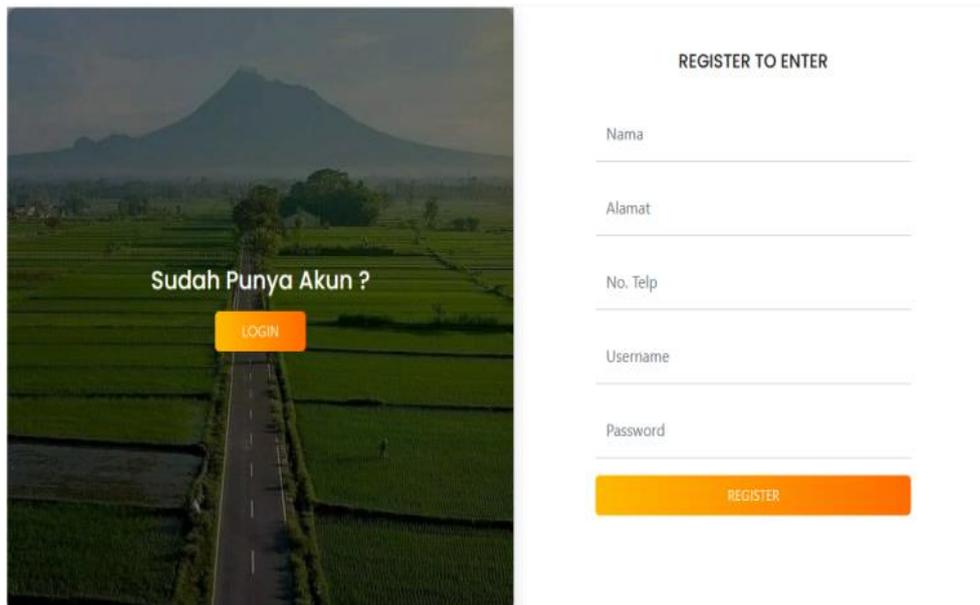
Gambar 9. Tampilan Produk Kami

Tampilan kedua *homepage*, dimana terdapat dua jenis produk yang akan dijual yakni kunyit bubuk dan kacang mete dengan pilihan kemasan yang berbeda dan terdapat pilihan icon beli dan lihat. Disitu juga sudah tertera harga serta jumlah gram pada tiap-tiap kemasan.



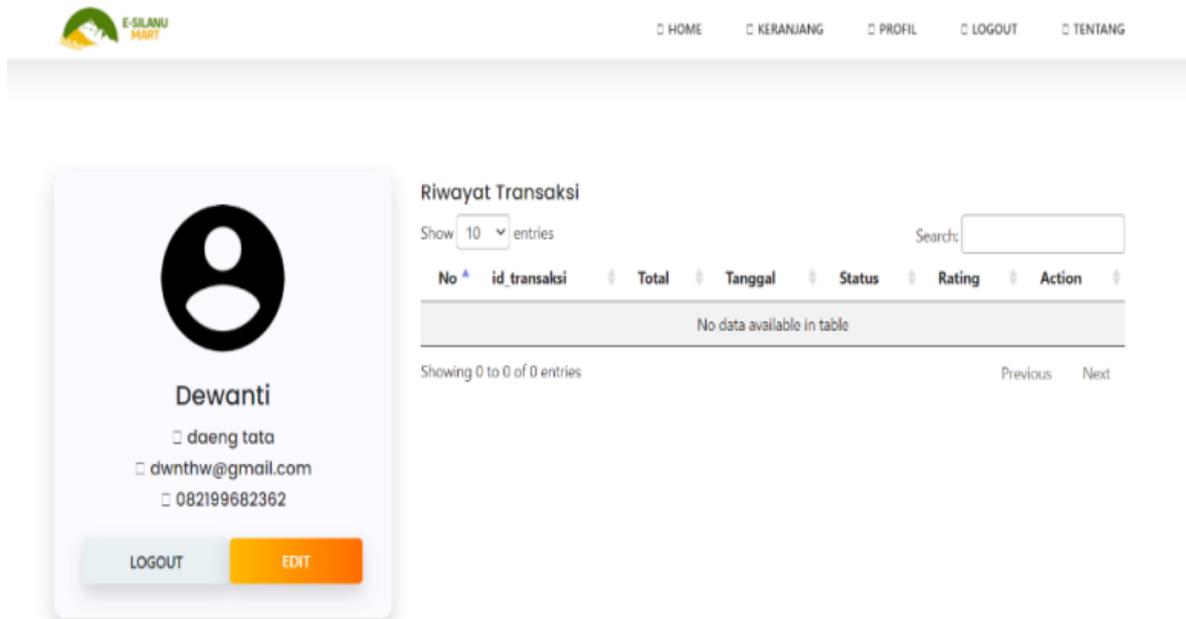
Gambar 10. Tampilan Produk Detail

Tampilan produk detail, dimana ketika mengklik icon lihat pada gambar 8 maka akan muncul detail tentang produk kunyit bubuk atau kacang mete yang dijual dimana terdapat harga, berat, stok, penilaian produk, deskripsi produk, *quantity* untuk menambah atau mengurangi jumlah produk yang ingin dibeli, dan juga pilihan tambah ke keranjang untuk memasukkan produk ke dalam daftar yang ingin dibeli.



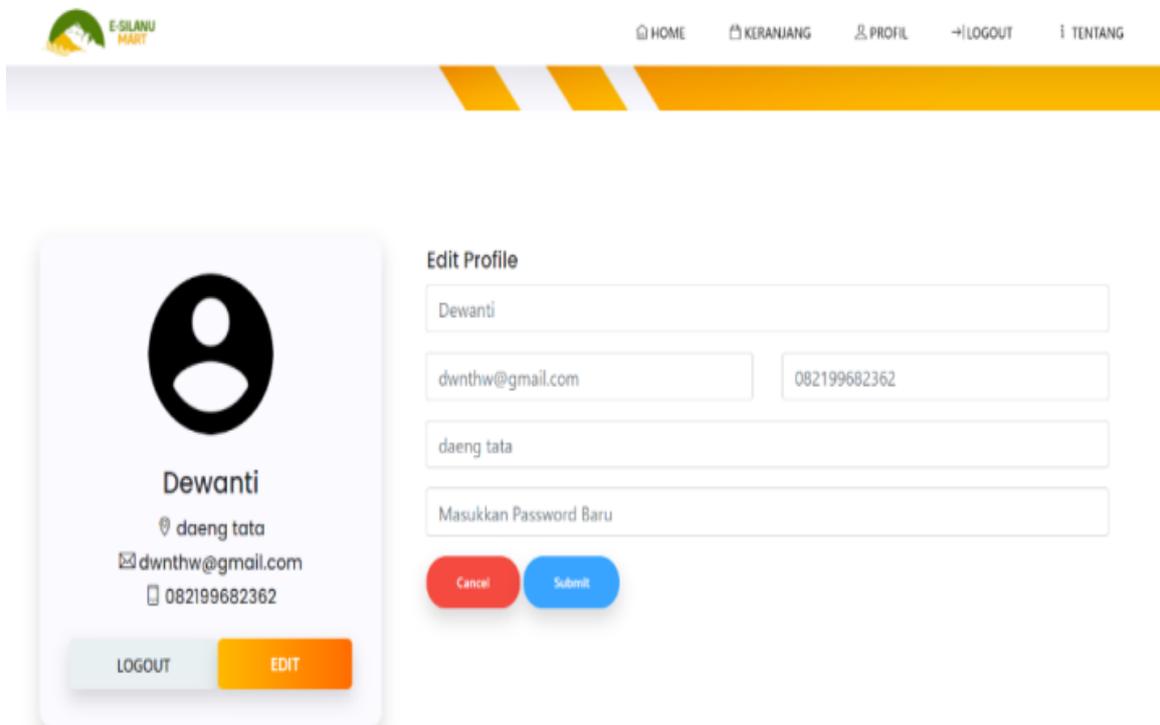
Gambar 11. Tampilan Menu *Login*

Tampilan untuk *login*, jika pengguna belum memiliki akun maka pengguna harus registrasi terlebih dahulu agar bisa *login*, jika telah memiliki akun pengguna dapat *login* menggunakan *username* ataupun menggunakan akun Facebook atau Google.



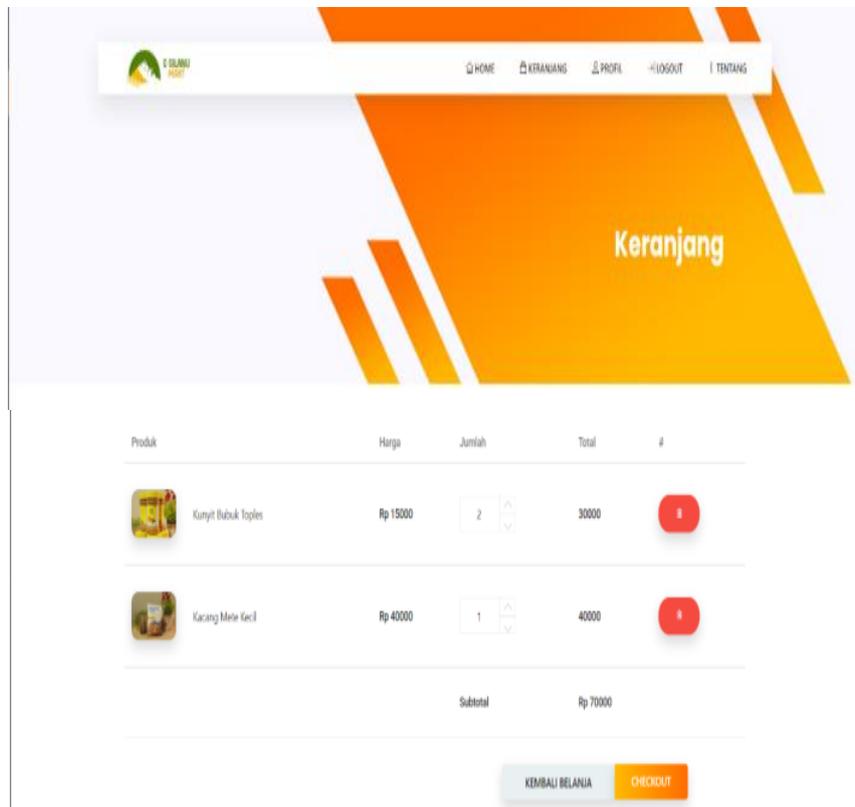
Gambar 12. Tampilan Profil

Tampilan dimana ketika mengklik pilihan menu profil akan tampil profil pembeli, terdapat informasi alamat, *email*, no telpon, *icon* edit untuk mengubah informasi tentang pemilik akun, riwayat transaksi, dan juga terdapat kolom *rating* untuk untuk menilai kualitas dari produk yang dibeli jika pesanan telah sampai.



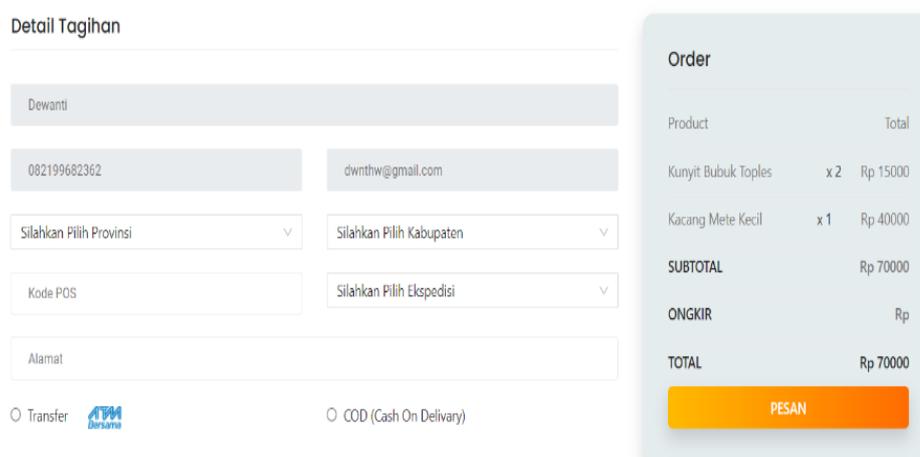
Gambar 13. Tampilan Edit Profil

Tampilan ketika mengklik icon edit pada tampilan profil, dimana terdapat beberapa form yang akan di isi, yaitu nama lengkap, alamat, nomor telepon, *email* dan *password*. Kemudian icon *cancel* untuk membatalkan pengisian profil dan juga icon *submit* untuk menyimpan data yang sudah di isi pada edit profil.



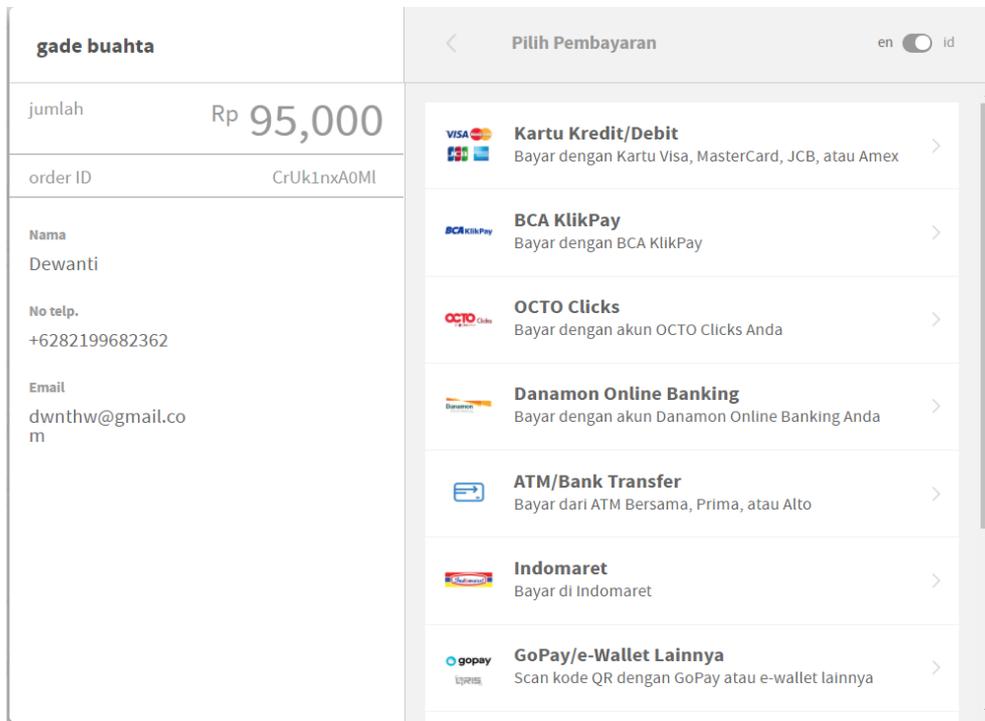
Gambar 14. Tampilan Menu Keranjang

Tampilan ketika mengklik pilihan menu keranjang, dimana terdapat gambar dan nama produk, harga, jumlah produk yang ingin dibeli, total harga yang berpatok pada jumlah produk, icon *delete* untuk menghapus produk yang ingin dibatalkan untuk dibeli, terdapat juga subtotal dari total harga produk yang telah dimasukkan kedalam keranjang, pilihan kembali belanja yang akan menuju ke *homepage* seperti pada gambar 7, dan pilihan *checkout* untuk melakukan transaksi dengan Kelompok Tani Madani Jeneponto.



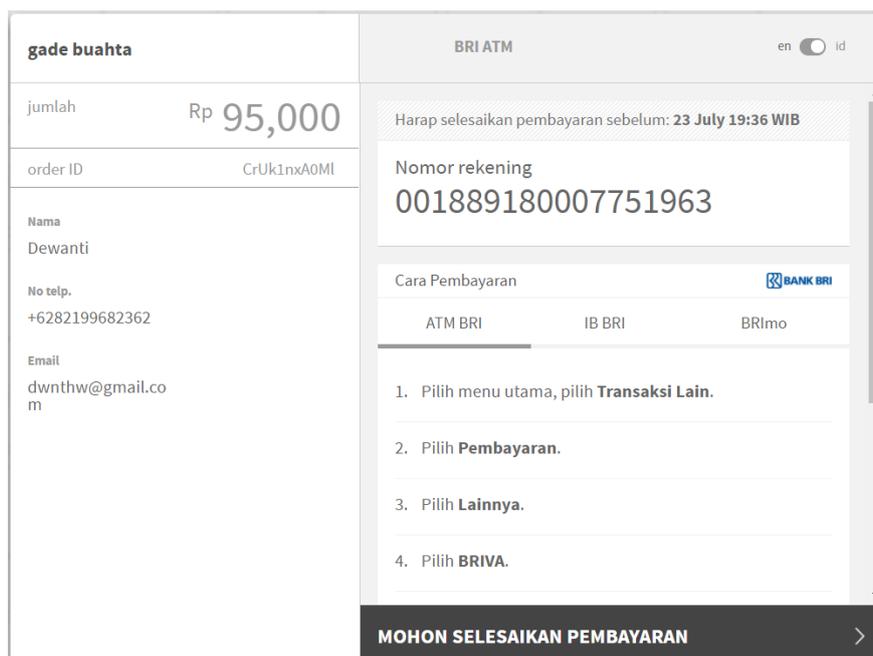
Gambar 15. Tampilan Checkout

Tampilan ketika mengklik *checkout*, dimana terdapat beberapa form yang harus di isi, yaitu Nama Lengkap, Nomor Telepon, Provinsi, Kode Pos, Alamat, *Email*, Kota/Kabupaten, dan Ongkir. Terdapat pula pilihan melakukan pembayaran *via* transfer atau COD (*Cash On Delivery*), lalu pada bagian kanan yaitu tampilan informasi pesanan yang akan di pesan. Jika semua sudah sesuai, terdapat icon pesan untuk menyelesaikan proses pemesanan.



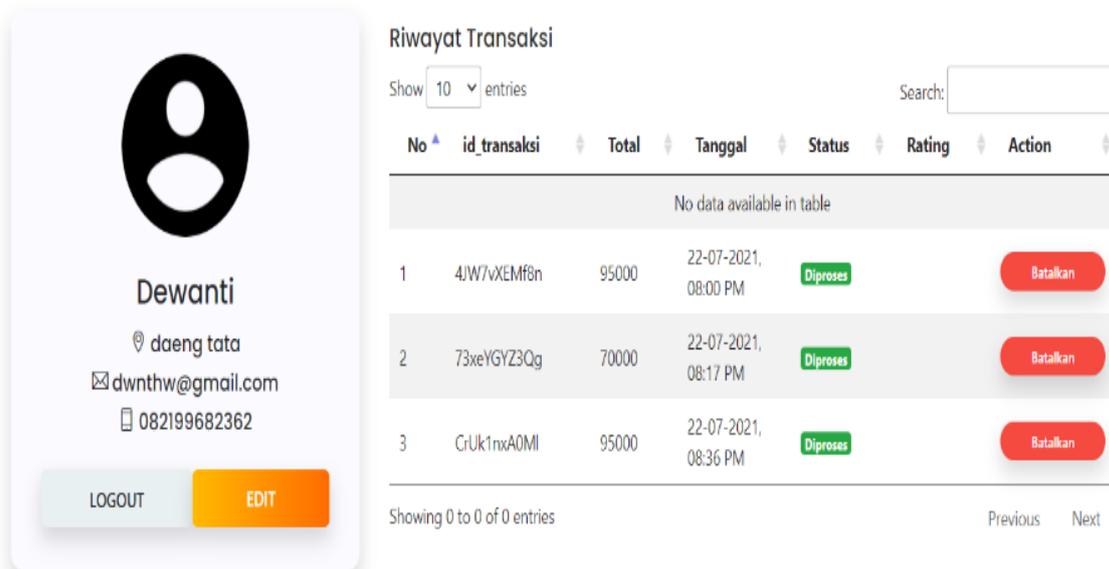
Gambar 16. Tampilan Metode Transaksi

Tampilan ketika pelanggan ingin memilih proses pembayaran. Pelanggan dapat memilih metode pembayaran melalui beberapa jenis bank. Dimana terdapat informasi seperti jumlah transaksi yang harus dibayar serta keterangan berupa *ID Order*, nama, nomor telepon, dan *e-mail*.



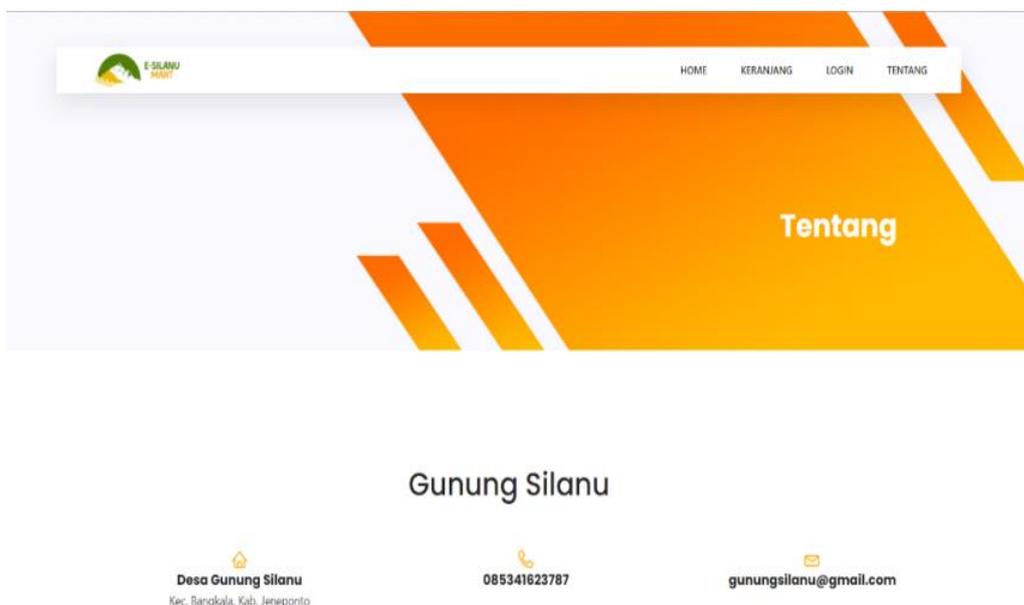
Gambar 17. Tampilan Pembayaran

Tampilan ketika pengguna telah memilih bank yang akan digunakan untuk proses pembayaran dimana durasi proses pembayaran 1x24 jam. Terdapat pula info nomor rekening dan tenggat waktu pembayaran.



Gambar 18. Tampilan *Profil* Riwayat Transaksi

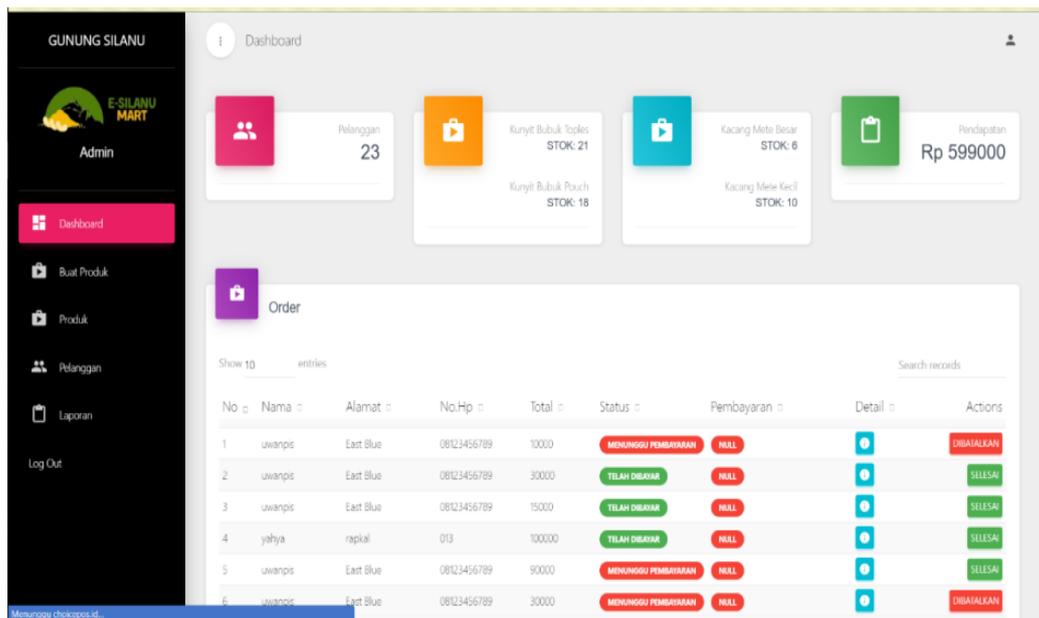
Tampilan ketika pengguna ingin mengecek proses pengiriman produk. Dimana terdapat informasi seperti No, Id transaksi, Total, Tanggal, Status, *Rating*, dan *Action* untuk membatalkan pesanan.



Gambar 19. Tampilan Menu Tentang

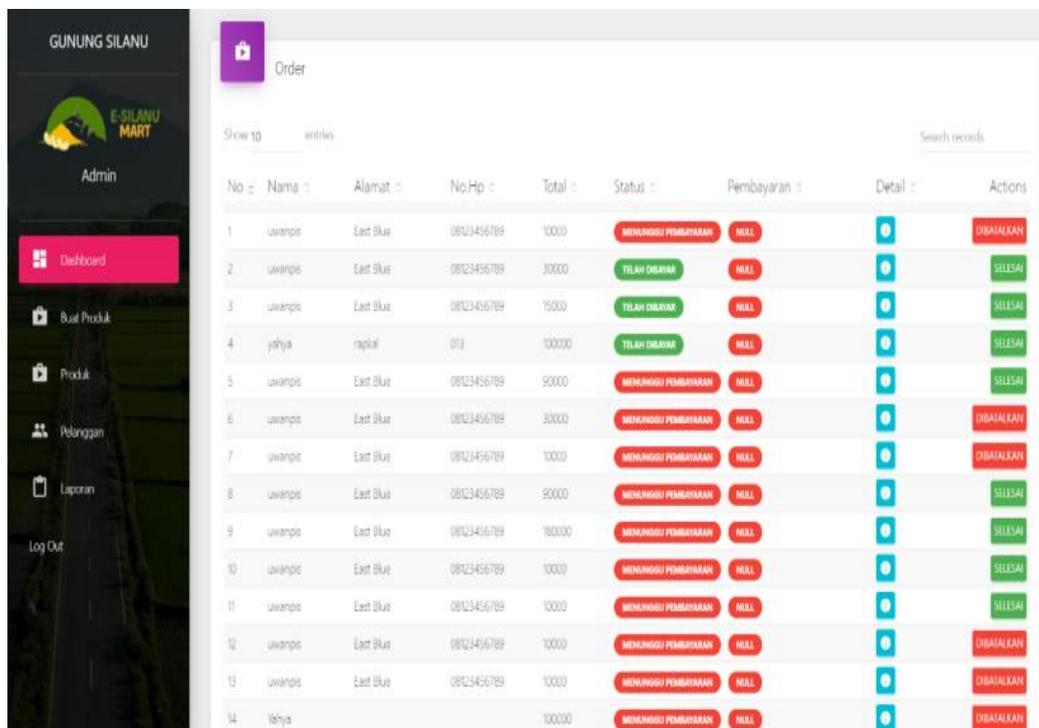
Tampilan menu tentang kami, dimana terdapat informasi tentang alamat, kontak dan *e-mail* dari Kelompok Tani Madani Jeneponto.

### 3.3. Antarmuka Website e-SilanuMart Untuk Kelompok Tani Madani



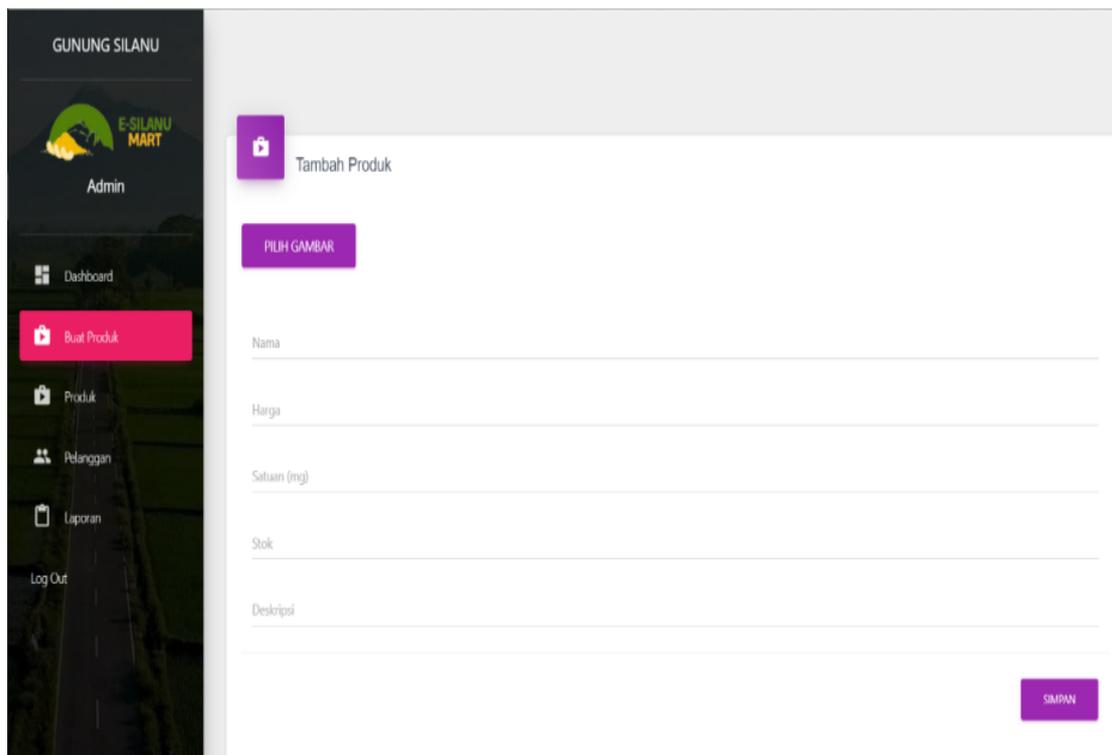
Gambar 20. Tampilan Dashboard Kelompok Tani Madani

Tampilan saat *home website admin* dijalankan, dimana terdapat pilihan menu *Dashboard*, *Buat Produk*, *Produk*, *pelanggan*, dan *Laporan*. *Pelanggan* merupakan banyaknya pengguna yang telah registrasi akun, *Produk* merupakan item atau barang yang dijual, *pendapatan* merupakan penghasilan dari penjualan produk yang telah sampai ke pembeli, dan *Order* merupakan informasi tentang pembeli yang akan dikonfirmasi pesannya.



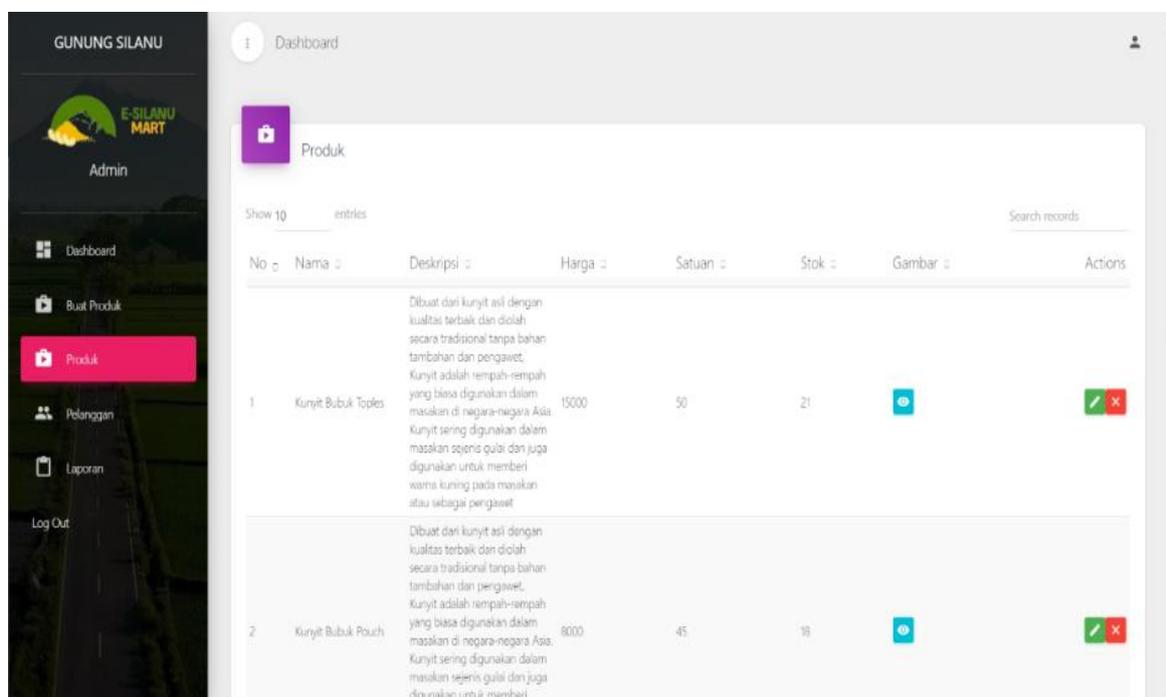
Gambar 21. Tampilan Order detail

Tampilan detail pesanan, dimana terdapat nama, alamat, nomor hp, total, status, pembayaran, detail, actions produk, jumlah produk yang dipesan oleh pembeli.



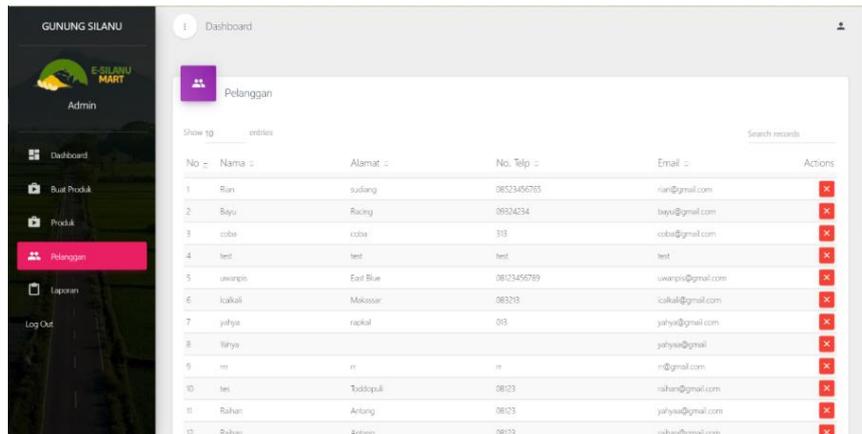
Gambar 22. Tampilan Tambah Produk

Tampilan ketika mengklik icon buat produk pada tampilan menu produk, dimana terdapat beberapa form yang akan diisi yaitu, Pilih gambar, nama, harga, satuan, stok, dan deskripsi.



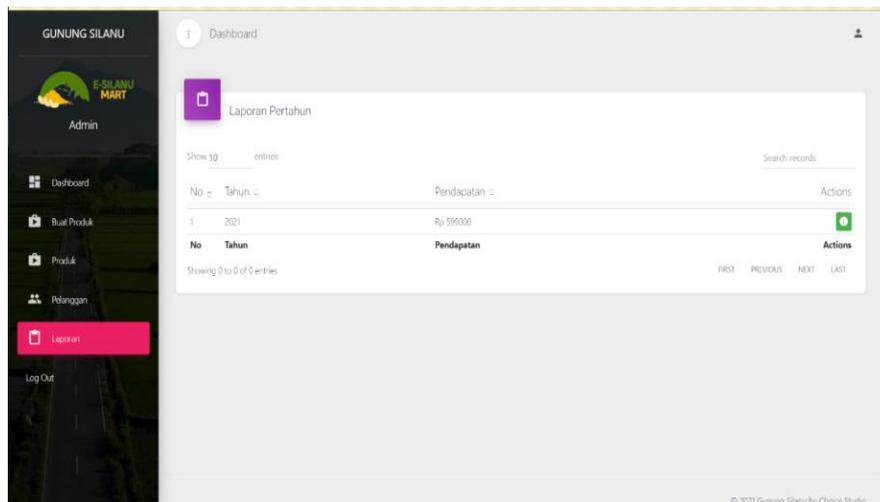
Gambar 23. Tampilan Produk

Tampilan menu produk, dimana terdapat informasi produk yaitu, no, nama, deskripsi, harga, satuan, stok, gambar, dan *Actions* yang mana terdapat icon edit dan *delete*.



Gambar 24. Tampilan Menu Pelanggan

Tampilan menu pelanggan, dimana terdapat informasi detail mengenai akun pengguna *website* e-silanu mart seperti nama, alamat, nomor telepon, *e-mail*, dan *action* untuk menghapus akun pengguna.

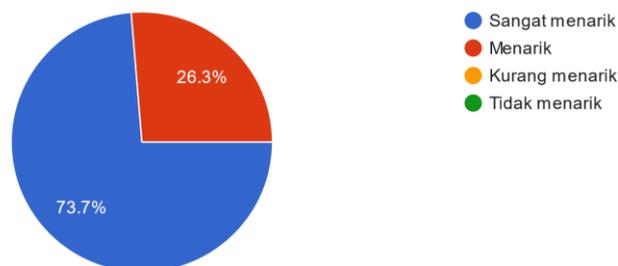


Gambar 25. Tampilan Menu Laporan

Tampilan menu laporan, dimana terdapat laporan penjualan setiap tahunnya, terdapat informasi tahun dan total pendapatan pada tahun tersebut.

### 3.4. Hasil Kuesioner

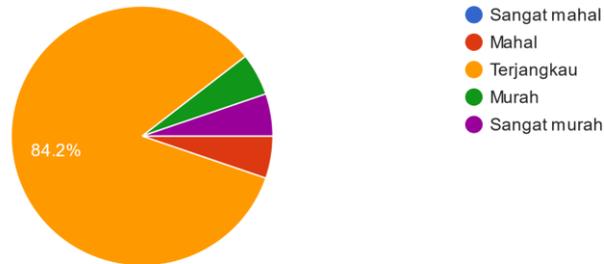
1. Bagaimana pendapat Anda mengenai kemasan dan label produk Gunung Silanu?  
19 responses



Gambar 26. Data kuesioner kemasan dan pelabelan produk

Data kuesioner dari kemasan dan pelabelan produk terdapat 73,7% memberikan tanggapan sangat menarik dan 26,3% memberikan tanggapan menarik.

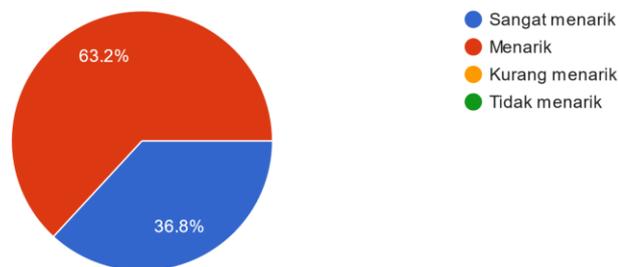
6. Bagaimana pendapat Anda penentuan harga jual berdasarkan ukuran dan bentuk kemasan?  
19 responses



Gambar 27. Data kuesioner harga jual berdasarkan ukuran dan bentuk kemasan

Data kuesioner dari harga jual berdasarkan ukuran dan bentuk kemasan produk terdapat 84,2% memberikan tanggapan terjangkau dan masing-masing 5,3% memberikan tanggapan murah, sangat murah dan mahal.

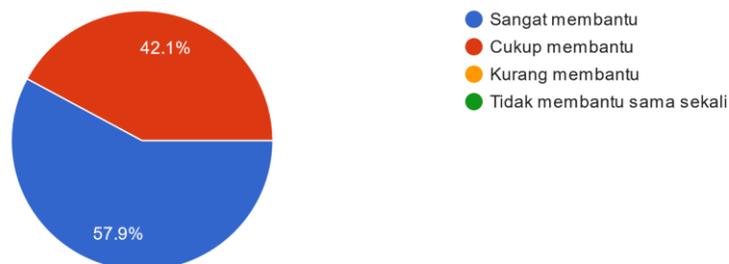
1. Menurut Anda apakah tampilan website dari e-SilanuMart menarik untuk dilihat?  
19 responses



Gambar 28. Data kuesioner tampilan *website e-SilanuMart*

Data kuesioner dari tampilan *website e-SilanuMart* terdapat 63,2% memberikan tanggapan menarik dan 36,8% memberikan tanggapan sangat menarik.

4. Menurut Anda apakah website e-SilanuMart yang dibuat dapat membantu kinerja pemasaran dan manajemen dari Kelompok Tani Madani Jeneponto?  
19 responses



Gambar 29. Data kuesioner kinerja dan manajemen *website e-SilanuMart*

Data kuesioner tentang kinerja pemasaran dan manajemen dari *website e-SilanuMart* terdapat 57,9% memberikan tanggapan sangat membantu dan 42,1% memberikan tanggapan cukup membantu.

#### 4. KESIMPULAN

Adapun hasil yang telah dicapai setelah kami melakukan sosialisasi kepada 4 (dua) orang dari perwakilan Kelompok Tani Madani Gunung Silanu Jeneponto dan 7(tujuh) orang yang mewakili mahasiswa serta 8 (delapan) orang masyarakat.

Diperoleh data terkait penilaian kemasan dan pelabelan produk terdapat 73,7% memberikan tanggapan sangat menarik dan 26,3% memberikan tanggapan menarik. Selanjutnya diperoleh data terkait penilaian harga jual berdasarkan ukuran dan bentuk kemasan produk terdapat 84,2% memberikan tanggapan terjangkau dan masing-masing 5,3% memberikan tanggapan murah, sangat murah dan mahal. Data perolehan hasil penilaian terkait tampilan *website e-SilanuMart* terdapat 63,2% memberikan tanggapan menarik dan 36,8% memberikan tanggapan sangat menarik. Serta diperoleh data terkait penilaian tampilan *website e-SilanuMart* terdapat 57,9% memberikan tanggapan sangat membantu dan 42,1% memberikan tanggapan cukup membantu.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia pada pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa tahun 2021 dan Prof. Dr. H. Basri Modding, S.E., M.Si selaku rektor Universitas Muslim Indonesia serta dekan Fakultas Ilmu Komputer, Bapak Purnawansyah, S.Kom., M.Kom.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Haryanti, S., & Irianto, T., (2011). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus. *Jurnal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 3(1), 8-14.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R., (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal Character Educ. Soc*, 3(3), 651-659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>.
- Nurhikmah, N., Irmayanti, L., Fatrawana, A., & Salatalohy, A., (2020). Saluran Pemasaran Biji Jambu Mete (*Anacardium Occidentale*) Sebagai Hasil Hutan Bukan Kayu Hutan Kemasyarakatan Desa Gunung Silanu, Kabupaten Jeneponto. *EnviroScienteeae*, 16(1), 109-118. <http://dx.doi.org/10.20527/es.v16i1.9006>.