

APLIKASI FITUR BELANJA SEBAGAI UPAYA DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL

Nurul Alfian¹, Rohmaniyah², Leily Nur Indah Fitriana³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Madura
e-mail: fian@unira.ac.id, rohmaniyah@unira.ac.id

Abstrak

Sejak masa pandemi Covid-19 saat ini menyebabkan masyarakat mengurangi aktivitas keluar rumah termasuk aktivitas berbelanja dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal penting untuk diperhatikan pada suatu sistem yang tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi. Salah satunya Pasar tradisional Panempan menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil perikanan dan pertanian. keberadaan pasar tradisional sebagai sarana penjualan produk-produk hasil pertanian sangat dibutuhkan oleh masyarakat menengah kebawah. Keluhan utama dari pedagang selama masa pandemi yaitu turunnya omset penjualan karena sepi pembeli yang diperkirakan sebanyak 25% sampai 30%. Pelatihan pembuatan aplikasi ini dilakukan agar mempermudah para pedagang dan konsumen dalam melakukan aktivitas jual beli tanpa harus melakukan kegiatan di luar rumah. Sehingga pada akhirnya pasar tradisional akan mulai menjajaki pasar untuk memasarkan, mempromosikan dan menjual produknya. Penjualan akan dilakukan secara offline yaitu di pasar tradisional dan online dengan memanfaatkan teknologi berbasis web. Aplikasi online yang akan penulis rancang dalam penelitian ini menggunakan dari konsep pasar tradisional yang didigitalisasi menggunakan ecommerce. Dengan menggunakan kombinasi metode partisipatif dan waterfall.

Kata kunci: Fitur belanja; Digitalisasi, Pasar Tradisional; Pandemi; Aplikasi

Abstract

Since the current Covid-19 pandemic, people have reduced their activities outside the home, including shopping activities to meet their needs. Therefore, the sales system of a company is an important thing to consider in a system that cannot be separated from the development of information technology. One of them is the Panempan traditional market which is the main place for selling basic needs products produced by medium, small, and micro-scale economic actors, most of which are fishery and agricultural products. The existence of traditional markets as a means of selling agricultural products is very much needed by the lower middle class. The main complaint from traders during the pandemic is the decline in sales turnover due to lack of buyers, which is estimated to be 25% to 30%. This application-making training is carried out to make it easier for traders and consumers to carry out buying and selling activities without having to carry out activities outside the home. So that in the end traditional markets will start exploring markets to market, promote and sell their products. Sales will be carried out offline, namely in traditional markets and online by utilizing web-based technology. The online application that the author will design in this study uses the concept of a traditional market which is digitized using e-commerce. By using a combination of participatory and waterfall methods.

Keywords: Shopping features; Digitization, Traditional Markets; Pandemic; Application

PENDAHULUAN

Pasar tradisional Panempan menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil perikanan dan pertanian. keberadaan pasar tradisional sebagai sarana penjualan produk-produk hasil pertanian sangat dibutuhkan oleh masyarakat menengah kebawah. para pelaku pasar tradisional panempan masih berada dalam posisi marjinal, jauh dari cita-cita ekonomi yang ideal. Keluhan utama dari pedagang selama masa pendemi yaitu turunnya omset penjualan karena sepi pembeli yang diperkirakan sebanyak 25% sampai 30%.

Kondisi pasar tradisional salah satunya pasar Panempan di Kabupaten Pamekasan mengalami penurunan omset sampai dengan 30% karena pergeseran pola konsumsi masyarakat di era digital. Kondisi tersebut bersamaan dengan masifnya ekspansi toko-toko modern berjangkauan nasional dan maraknya jual beli online melalui market-place. Sistem layanan pembayaran dan keuangan kompetitor yang juga serba digital mengakibatkan persaingan tidak seimbang dan pasar tradisional semakin tertinggal. Akibatnya ketimpangan antara pasar tradisional dengan pasar modern dan pasar online semakin lebar.

Wabah corona virus disease 2019 (Covid-19) telah membuka wawasan masyarakat dan pedagang melakukan aktifitas bisnis melalui transaksi elektronik dengan sistem digitalisasi. Pasar-pasar tradisional sudah mulai memasuki marketplace untuk memasarkan produknya untuk dijual secara online agar barang dagangannya laku terjual, bahkan ada beberapa pedagang eceran sudah mulai mempromosikan dan menjual sendiri secara online dengan menggunakan media sosial melalui grup whatsapp dan lainnya melalui promosi cash on delivery agar menarik minat pelanggan untuk membeli produknya di pasar tradisional.

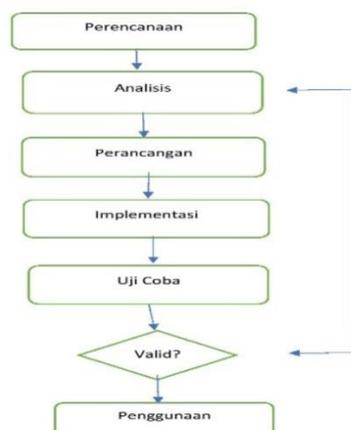
Pemanfaatan teknologi digital menjadi suatu keharusan di era revolusi industri 4.0 sekarang, mau tidak mau semua masyarakat bahkan pedagang tradisional sekalipun harus menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini. Oleh karena itu semua pelaku bisnis seperti halnya pedagang tradisional harus mulai mengubah cara penjualannya tidak hanya bertumpu kepada konsumen atau pembeli yang datang ke pasar karena jumlahnya terbatas dan kecil sebab lingkungannya lokal, tetapi lebih luas lagi dengan sistem pemasaran secara online. Berdasarkan persoalan tersebut maka penjualan yang dilakukan secara tradisional bisa dialihkan dengan penjualan secara online melalui fitur belanja "Dhahar Smart".

Permasalahan yang terjadi pada mitra ketika menerapkan penjualan secara tradisional dalam memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat di daerah pasar panempan selama masa pandemi antara lain:

- a. Transaksi penjualan di Pasar
ketika transaksi penjualan dilakukan secara tradisional selama masa pandemi maka transaksi membutuhkan tatap muka sehingga menimbulkan kerumunan pembeli.
- b. penurunan terhadap omset penjual
Selama masa pandemi banyak pembeli yang melakukan pembelian secara online dan menghindari pembelian secara tatap muka sehingga pendapatan dari penjual di pasar mengalami penurunan.

METODE

Proses transfer IPTEK yang dilakukan oleh Tim Pelaksana akan dilakukan melalui beberapa tahapan sesuai dengan metode yang digunakan. Metode yang digunakan adalah metode prototype dengan prinsip bahwa pengetahuan, teknologi dan inovasi yang diterima mitra harus melalui beberapa proses antara lain menetapkan kebutuhan untuk pembangunan perangkat lunak, menterjemahkan data yang telah dianalisis ke dalam bentuk yang mudah di mengerti oleh user, evaluasi terhadap program yang sudah jadi dan bila terdapat kekurangan pada program bisa ditambahkan hingga semua kebutuhan user terpenuhi, dan yang terakhir produk rekayasa. Untuk mendukung sistem ini maka penyampaianya dapat ditempuh melalui penyuluhan, analisa, praktek, maintenance dan pendampingan. Secara garis besar, metode pelaksanaan yang dilakukan dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

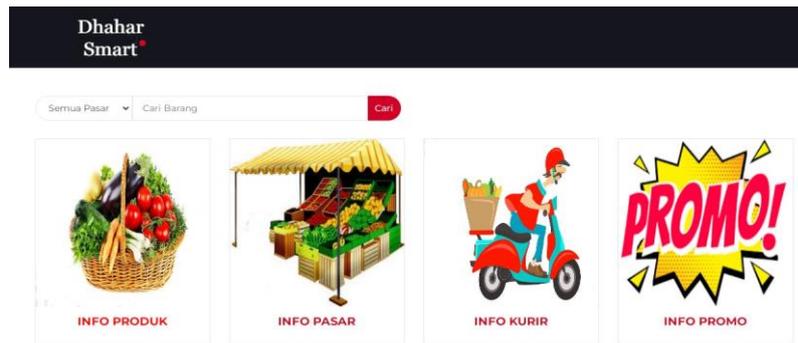


Gambar Metode Prototype pengembangan aplikasi

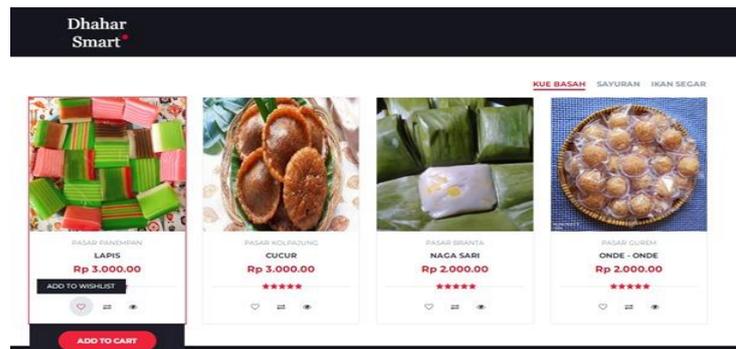
- 1) Perencanaan
Pada tahap perencanaan ini harus menentukan tujuan dari fitur yang akan dibuat dan menentukan jadwal kerja serta melakukan perancangan terhadap draft fitur.
- 2) Analisis (analysis)
Dalam analisis ini harus mendapatkan beberapa hal yang dianggap menunjang kegiatan yang dilakukan, seperti : mencari permasalahan yang ada, mengumpulkan data (data fisik, non fisik), wawancara dan lain-lain.
- 3) Perancangan (Design)
Proses design mengubah kebutuhan-kebutuhan menjadi bentuk karakteristik yang dapat dimengerti perangkat lunak sebelum dimulai penulisan program. Desain ini harus di dokumentasikan dengan baik dan menjadi bagian konfigurasi perangkat lunak. Proses ini meliputi : Pembuatan flowchart, DFD.
- 4) Implementasi
Setelah dilakukan tahap perancangan, selanjutnya sistem diimplementasikan melalui bahasa pemrograman dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP yang diaplikasikan dalam bentuk web yang berbasis Client dan Server.
- 5) Uji Coba (Testing)
Setelah kode program dibuat dan program dapat berjalan, testing dapat dimulai testing dapat difokuskan pada logika internal dari perangkat lunak, fungsi eksternal, mencari segala kemungkinan kesalahan, dan memeriksa apakah sesuai dengan hasil yang diinginkan.
- 6) Valid
Setelah dilakukan uji coba, maka program yang dirancang dilihat keabsahannya apakah sudah bisa beroperasi semestinya.
- 7) Pemeliharaan (Maintenance)
Perangkat lunak yang harus diberikan kepada user, mungkin ditemui error ketika dijalankan dilingkungan user, atau mungkin user meminta penambahan fungsi. Pemeliharaan ini dapat dilakukan dengan cara backup data secara berkala dan pengembangan sistem sesuai kebutuhan

HASIL DAN PEMBAHASAN

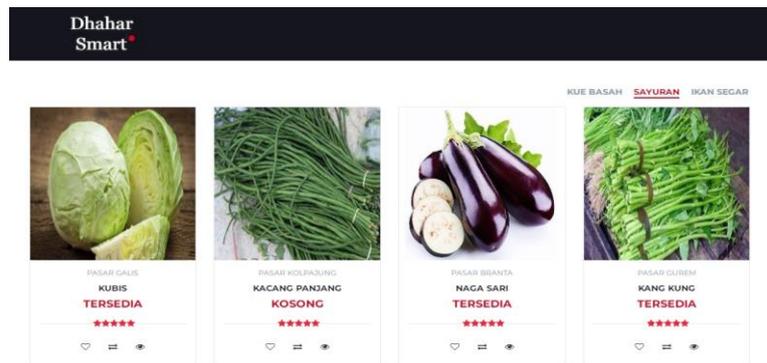
Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan berupa Pelatihan Ecommerce dengan membuat aplikasi fitur belanja yang tujuannya adalah sebagai salah satu upaya digitalisasi pasar tradisional dengan menggunakan marketplace pada kegiatan jual beli kebutuhan masyarakat sehari-hari. Pada kegiatan ini peserta dijelaskan mengenai apa itu e-commerce yang merupakan kegiatan jual beli barang dan jasa atau transmisi dana atau data melalui jaringan elektronik terutama internet (Laming, 2020). Berikut ini merupakan hasil penelitian yang berupa digitalisasi pasar tradisional dengan menggunakan aplikasi berbasis web yang bernama “Dhahar Smart”



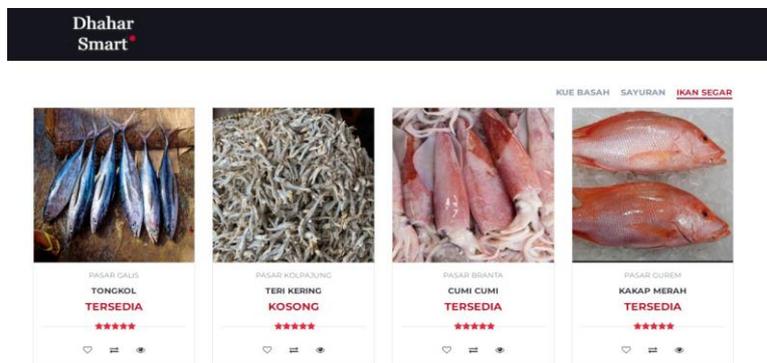
Gambar 1. Tampilan awal Aplikasi “Dhahar Smart” Digitalisasi Pasar Tradisional



Gambar 2. Tampilan Pemesanan Kue



Gambar 3. Tampilan Pemesanan Sayuran



Gambar 4. Tampilan Pemesanan Ikan Segar

Dalam melakukan perancangan aplikasi online sistem E-Commerce untuk pedagang pasar tradisional diawali dengan melakukan penelusuran, mengidentifikasi dan menganalisis untuk memenuhi semua kebutuhan informasi yang berhubungan dengan konten dan fitur-fitur agar mudah digunakan para pedagang dan masyarakat. Pada tahap ini akan dilakukan wawancara langsung antara pedagang dan pembuat aplikasi untuk agar kedua pihak saling memahami proses yang dilakukan saat transaksi jual beli di pasar tradisional sehingga dalam implementasinya aktifitas jual beli yang sebelumnya yang hanya bersifat konvensional dapat dilakukan secara online juga.

Sistem digitalisasi pasar tradisional, mempertemukan pembeli dan pemasok/penjual secara online melalui tatanan situs E-Commerce tanpa lagi harus bergantung kepada lokasi serta waktu dalam melakukan proses transaksi bisnis. Cakupan analisis proses bisnis dari proses permintaan akan kebutuhan informasi sampai kepada proses validasi penerimaan oleh konsumen (pelanggan). Untuk kebutuhan spesifikasi sistem E-Commerce dibedakan menjadi dua bagian penting, yaitu fungsional dan nonfungsional. Kebutuhan fungsional merupakan sisi kebutuhan yang berisi proses-proses untuk menjalankan system E-Commerce. Selanjutnya kebutuhan nonfungsional lebih menitikberatkan kepada semua unsur properti perilaku sistem. Interaksi dan kemampuan mengelola stimulus semua elemen sistem dapat menjadi dukungan paling penting bagi keberhasilan menjalin hubungan dengan pelanggan dan calon pelanggan.

SIMPULAN

Aplikasi online berbasis *E-Commerce* untuk medigitalisasikan pasar tradisional disambut baik dan mendukung program ini akan meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya para pedagang pasar tradisional di desa Panempun. Aplikasi Dhahar Smart sangat membantu para pedagang pasar tradisional dalam menjual barang dagangannya. Pendapatan yang sempat turun karena sepi pembeli dapat di perbaiki dengan adanya aplikasi ini. Dengan adanya aplikasi ini juga memudahkan masyarakat yang menghindari berkerumun di pasar dan lebih efisien dalam waktu. Serta membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat yaitu sebagai jasa pengantar barang dagangan yang sudah dibeli konsumen untuk di antar kerumah konsumen.

SARAN

Saran untuk pemerintah dan pengelola pasar agar lebih dikembangkan lagi aplikasi online berbasis E-Commerce ini agar semua pedagang di pasar tradisional bisa menjual produknya melalui online dan bisa membantu meningkatkan penghasilan pelaku usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada instansi Universitas Madura yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini dan juga dukungan dari teman-teman sekalian sampai terselesainya pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2).
- Harahap, D. A. (2020, April 14). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Menangani Pandemi Covid-19 dan Tren Pembelian Online. *Opini Radar Bandung*, p. 9.
- Ishak, Asmai. 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) Dan Konsekuensi (Consequents). *Jurnal Siasat Bisnis* Vol 16 (2), hal 141-154.
- Indrajani, Wily. 2007. Analisa Dan Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web Pada PT. Sarang Imitasi.
- Laming, S. (2020). Tren E-Commerce Pada Era pandemic Covid-19. *Humano: Jurnal Penelitian*, 11 (2), 55-63.
- Radjasa, Ocky K. 2018. Panduan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Edisi XII. DRPM Dikti. Jakarta.