

ECONOMIC BOOSTING UMKM LOKAL DESA TENGGARANG, KABUPATEN BONDOWOSO MELALUI PENGEMBANGAN PLATFORM TENGGARANG DIGITAL MARKET(TRENDI)

Fahrobbby Adnan^{1*}, Januar Adi Putra², Katarina Leba³, Yeni Puspita⁴

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

²Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

⁴Program Studi D3 Perpajakan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

e-mail: fahrobbby@unej.ac.id¹, januaradi.putra@unej.ac.id², katrin@unej.ac.id³, yeni.fisip@unej.ac.id⁴

Abstrak

Kabupaten Bondowoso memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk mengangkat perekonomian penduduknya. Potensi-potensi yang dimiliki ditampung dalam UMKM yang berdiri dimasing-masing daerah maupun kecamatan di Kabupaten Bondowoso, salah satunya di Desa Tenggarang. Produk UMKM lokal di Desa Tenggarang antara lain: berbagai jenis olahan kripik(pisang, nangka, singkong, dll), kerajinan tangan, serta makanan olahan lainnya. Berdasarkan hasil observasi lapangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra: (1) Pasar pemasaran yang terbatas, (2) Berkurang dan potensi hilangnya target pasar, (3) Budget pemasaran yang terlalu mahal, (4) Biaya operasional dengan skema konvensional yang makin meningkat. Tim pengabdian akan berfokus mengembangkan platform tenggarang digital market(TRENDI). Sistem yang akan dibangun rencananya berbasis web dan responsive terhadap penggunaan pada smartphone untuk memberikan tingkat usability yang baik. Sistem yang akan dibangun direncanakan memiliki beberapa modul/fitur, antara lain: 1) Pemasaran; 2) E-Katalog; 3) Penjualan; 4) Pengelolaan Produk. Pemerintah Desa Tenggarang melihat paparan ide solusi yang diusulkan tim pengabdian sebagai solusi yang tepat menjawab permasalahan yang mereka hadapi, sehingga sangat mendukung implementasi solusi dari program pengabdian ini. Berdasarkan hasil diskusi, Pemerintah Desa Tenggarang melihat solusi ini perlu segera diwujudkan mengingat urgensi permasalahan pada mitra dan manfaat yang dapat diberikan pada produk pengabdian ini.

Kata Kunci: Digitalisasi, Marketplace, Tenggarang, UMKM.

Abstract

Bondowoso Regency has a lot of potential that can be developed to improve the economy of its population. The potential is accommodated in MSMEs that are established in each region and sub-district in Bondowoso Regency, one of which is in Tenggarang Village. Local MSME products in Tenggarang Village include: various types of processed chips (banana, jackfruit, cassava, etc.), handicrafts, and other processed foods. Based on the results of field observations that have been carried out, there are several problems faced by partners: (1) Limited marketing market, (2) Reduced and potential loss of target market, (3) Too expensive marketing budget, (4) Operational costs with the scheme conventional is increasing. The service team will focus on developing the digital market platform (TRENDI). The system that will be built is planned to be web-based and responsive to use on smartphones to provide a good level of usability. The system to be built is planned to have several modules/features, including: 1) Marketing; 2) E-Catalog; 3) Sales; 4) Product Management. The Tenggarang Village Government sees the presentation of solution ideas proposed by the service team as the right solution to answer the problems they face, so it really supports the implementation of the solution from this service program. Based on the results of the discussion, the Tenggarang Village Government sees that this solution needs to be realized immediately considering the urgency of the problem for partners and the benefits that can be provided with this service product.

Keywords: Digitalization, Marketplace, Southeast, Msms.

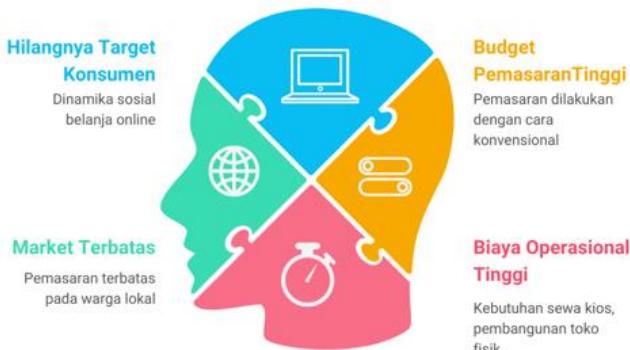
PENDAHULUAN

Kabupaten Bondowoso memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk mengangkat perekonomian penduduknya, salah satunya melalui pengembangan sektor UMKM (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso, 2023; Setyawan, 2021). UMKM di Kabupaten Bondowoso memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Rahman & Iskandar, 2021). Berdasarkan data dari Diskoperindag, rata-rata pertumbuhan UMKM di setiap tahunnya naik

sebesar 1-2 persen (Diskoperindag Kabupaten Bondowoso, 2022). Salah satu desa di Kabupaten Bondowoso yang memiliki UMKM dengan potensi produk unggulan adalah Desa Tenggarang, di mana produk-produk lokal seperti kerajinan tangan dan produk pangan menjadi andalan (Kurniawan & Hasanah, 2023; Supriyadi, 2022). Potensi ini perlu dikembangkan lebih lanjut agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Wibowo & Hidayat, 2022).

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan di Desa Tenggarang, Kecamatan Tenggarang, terdapat beberapa permasalahan utama yang berhasil dirumuskan (Dian & Arief, 2023). Salah satu permasalahannya adalah pasar pemasaran yang masih terbatas pada lingkup lokal, sehingga publikasi produk UMKM hanya diketahui oleh masyarakat sekitar (Suryono & Prasetyo, 2022; Nurhadi & Yulianti, 2022). Hal ini menyebabkan produk-produk tersebut hanya bisa dinikmati oleh warga lokal dan berdampak pada terbatasnya konsumen serta pertumbuhan omzet UMKM (Kurniawan & Hasanah, 2023). Selain itu, pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam mengikuti perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital untuk transaksi (Supriyadi, 2022; Wibowo & Hidayat, 2022). Permasalahan lain yang dihadapi adalah tingginya biaya pemasaran dan operasional dengan metode konvensional seperti menyebar brosur atau memasang iklan di media cetak, yang kurang efisien dalam era digital ini (Setyawan, 2021; Dian & Arief, 2023). Biaya operasional yang meningkat, seperti sewa kios dan pembangunan toko, juga menjadi kendala serius bagi keberlangsungan bisnis UMKM di daerah tersebut (Rahman & Iskandar, 2021; Nurhadi & Yulianti, 2022).

Permasalahan lain adalah budget pemasaran yang terlalumahal. Hal ini disebabkan para pelaku UMKM masih memandang satu-satunya cara memasarkan produk hanya dengan cara konvensional; menyebar brosur, membuat iklan dimedia cetak, dll. Kendala lain adalah biaya operasional dengan skema konvensional yang makin meningkat. Salah satu permasalahan serius yang dihadapi para pelaku UMKM adalah biaya operasional yang terus meningkat; sewa kios, workshop, pembangunan toko, dll



Gambar 1. Rumusan Permasalahan Mitra

Mengacu pada permasalahan yang telah dijabarkan, maka pada pengabdian ini tim pengabdian akan mengembangkan sebuah platform digital (TRENDI) yang mampu memfasilitasi aktifitas pemasaran dan penjualan produk khusus bagi para pelaku UMKM Lokal di Desa Tenggarang. Mengacu pada rumusan permasalahan yang telah dijabarkan, maka pada pengabdian ini tim pengabdian akan mengembangkan sebuah platform digital (TRENDI) yang mampu memfasilitasi aktifitas pemasaran dan penjualan produk khusus bagi para pelaku UMKM Lokal di Desa Tenggarang. Pemerintah Desa Tenggarang melihat paparan ide solusi yang diusulkan tim pengabdian sebagai solusi yang tepat dan perlu segera diimplementasikan untuk menjawab permasalahan yang mereka hadapi, sehingga sangat mendukung implementasi solusi dari program pengabdian ini.

Berdasarkan hasil analisis tim pengabdian terhadap permasalahan terkini yang dialami mitra, maka pada tahun ini tim pengabdian akan mengembangkan solusi yang relevan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra. Tim pengabdian akan berfokus mengembangkan platform tenggarang digital market(TRENDI). Sistem yang akan dibangun rencananya berbasis web dan responsive terhadap penggunaan pada smartphone untuk memberikan tingkat usability yang baik. Sistem yang akan

dibangun direncanakan memiliki beberapa modul/fitur, antara lain: 1) Pemasaran; 2) E-Katalog; 3) Penjualan; 4) Pengelolaan Produk.

Tabel 1. Skor Pretes dan Postes pemahaman pembagian

No butir	1a(i)	1a(ii)	1a(iii)	1a(iv)
Pembagian	108:4	$\frac{1}{2} : 3$	$\frac{1}{2} : \frac{1}{4}$	$\frac{1}{3} : \frac{1}{5}$
Rata-rata skor Pretes	4,5	3,675	2,75	1,75
Rata-rata skor Postes	8,5	5,95	6,65	3,83

METODE

Dalam melaksanakan ide solusi pada pengabdian ini, tim pengabdian telah merancang langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menghasilkan produk pengabdian yang maksimal.



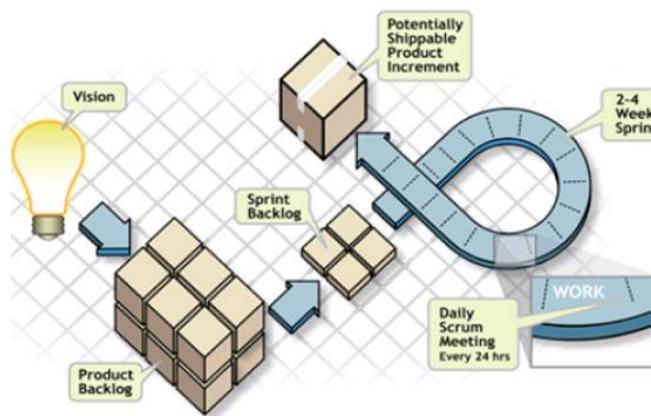
Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan

a. Analisis Kebutuhan

Pada fase ini tim pengabdian melakukan analisis kondisi mitra. Analisis dilakukan dengan melakukan observasi lapangan, mengamati secara langsung proses dan kegiatan bersama mitra, menggali kebutuhan teknis maupun nonteknis mitra terhadap platform digital yang akan dibangun. Data hasil analisis kebutuhan ini akan dijadikan dasar untuk perancangan dan pengembangan platform TRENDI.

b. Pengembangan Sistem

Pada fase ini tahapan pembangunan sistem berfokus kepada modul manajemen administrasi. Pembangunan sistem ini menggunakan Software Development Life Cycle (SDLC) model Scrum. Model Scrum terdiri dari tim Scrum dan peran-peran yang diperlukan, acara (event), artefak (artifact), dan aturan main. Aturan main dari Scrum mengikat event, peran, dan artefak, serta menggambarkan hubungan dan interaksi antara satu komponen dengan yang lainnya. Seperti terlihat pada Gambar 6, pemilihan model ini dikarenakan sifatnya yang fleksibel dalam merespon perubahan yang cepat sehingga kebutuhan mitra dapat terpenuhi.



Gambar 3. Model SCRUM

c. Sosialisasi & Pelatihan Sistem

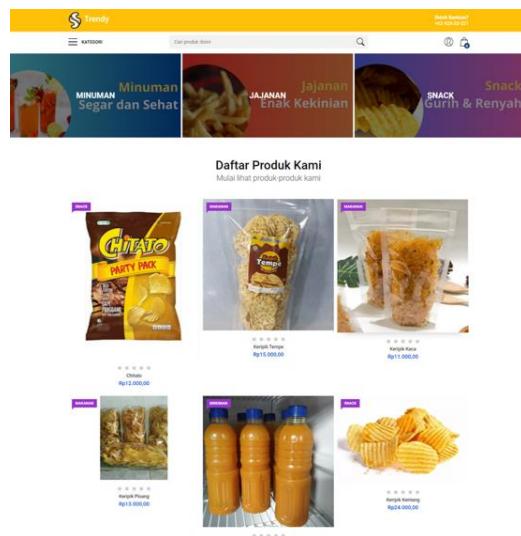
Setelah modul sistem selesai dibangun dan dinyatakan siap untuk digunakan, tim pengusul akan melakukan sosialisasi kepada mitra. Dalam proses ini juga dilakukan pelatihan penggunaan aplikasi sebagai wujud transfer teknologi dari tim pengusul kepada mitra. Sehingga mitra dapat menggunakan aplikasi dengan baik dan benar sesuai dengan fungsinya.

d. Monitoring & Evaluasi

Kegiatan monitoring & evaluasi pada fase ini dilakukan untuk memastikan bahwa aplikasi yang telah dikembangkan berjalan dengan baik dan mampu mengatasi permasalahan mitra. Monitoring dilaksanakan dengan memantau penggunaan aplikasi dan membantu mitra apabila mengalami kendala dalam penggunaannya. Untuk menilai keberhasilan kegiatan pada fase ini maka akan dilakukan evaluasi awal (sebelum kegiatan dilakukan) dan evaluasi akhir (setelah kegiatan dilakukan) dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode penelitian yang telah di rancang, maka pengabdian dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana dan sasaran. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan dan observasi yang telah dilaksanakan, maka aplikasi TRENDI berhasil dibangun.



Gambar 4. Tampilan Sistem TRENDI

Berikut adalah penjelasan yang lebih detail mengenai fitur utama sistem pada platform Tenggarang Digital Market (TRENDI):

1. Halaman Beranda:

- Halaman Beranda adalah tampilan pertama yang dilihat pengguna saat mengakses website. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pengguna menemukan semua fitur dan informasi yang tersedia di platform.
- Di dalamnya terdapat banner promosi yang menampilkan produk unggulan UMKM, event atau diskon terbaru, serta berita terkait kegiatan di Desa Tenggarang.
- Pengguna dapat menelusuri produk-produk UMKM dengan cepat melalui kategori yang ditampilkan, seperti makanan, kerajinan tangan, fashion, dan lainnya.
- Terdapat pula fitur pencarian yang memungkinkan pengguna mencari produk atau mitra UMKM secara spesifik dengan menggunakan kata kunci.
- Rangkuman informasi terkait produk UMKM di Desa Tenggarang disajikan dalam bentuk statistik, seperti jumlah UMKM terdaftar, produk terbaru, dan jumlah transaksi terkini.

2. Halaman Profil Mitra:

- Halaman ini menampilkan informasi detail mengenai profil masing-masing mitra UMKM yang terdaftar di platform. Pengguna dapat mengetahui sejarah singkat UMKM, visi dan misi, serta cerita dibalik produk yang dijual.
- Setiap produk yang dijual oleh mitra akan ditampilkan dalam galeri yang terorganisir dengan baik, dilengkapi dengan gambar produk, deskripsi, dan harga.
- Pengguna juga dapat melihat kategori produk yang dijual oleh setiap mitra, seperti kategori makanan, minuman, pakaian, dan lainnya.
- Jika ada produk yang sedang dalam event promosi atau diskon, produk tersebut akan ditandai dengan label khusus sehingga pengguna dapat melihatnya dengan mudah.
- Rating dan ulasan dari pelanggan juga ditampilkan pada halaman ini, memberikan gambaran kepada pengguna tentang kualitas layanan dan produk dari mitra UMKM.

3. Halaman Transaksi:

- Halaman Transaksi menjadi pusat aktivitas belanja bagi pengguna dan berfungsi untuk memfasilitasi seluruh proses pembelian hingga pembayaran.
- Pengguna dapat melihat daftar produk yang akan dibeli dalam keranjang belanja mereka, serta total harga yang harus dibayar.
- Terdapat berbagai skema pembayaran yang dapat dipilih, seperti transfer bank, pembayaran digital (e-wallet), atau cash on delivery (COD).
- Alamat tujuan pengiriman dapat diatur dan diedit oleh pengguna untuk memastikan produk dikirim ke lokasi yang diinginkan.
- Pengguna juga akan mendapatkan informasi mengenai potongan harga atau promo yang berlaku, jika ada. Semua potongan harga otomatis diperhitungkan sehingga memudahkan pengguna dalam mengetahui total pembayaran yang lebih akurat.

4. Halaman Profil Pengguna:

- Halaman ini mengelola data pribadi pengguna yang telah mendaftar pada platform. Data ini meliputi nama lengkap, alamat email, nomor telepon, serta alamat lengkap yang dapat digunakan untuk proses pengiriman.
- Selain data pribadi, pengguna juga dapat melihat riwayat transaksi yang pernah mereka lakukan, termasuk produk yang dibeli, tanggal transaksi, dan status pengiriman.
- Fitur wishlist memungkinkan pengguna untuk menandai barang-barang yang mereka sukai sehingga memudahkan saat akan membelinya di lain waktu.
- Pengguna juga bisa melakukan pengaturan notifikasi, seperti menerima informasi mengenai diskon baru, produk yang kembali tersedia, atau event tertentu dari mitra UMKM.

5. Halaman Detail Produk:

- Pada halaman ini, pengguna dapat menemukan informasi mendalam mengenai setiap produk yang mereka pilih.
- Informasi yang ditampilkan meliputi gambar produk dengan kualitas tinggi, deskripsi bahan baku, proses pembuatan, dan cara penggunaan produk jika diperlukan.
- Ukuran atau varian produk juga dijelaskan secara rinci untuk membantu pengguna memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- Harga produk ditampilkan dengan jelas, termasuk rincian jika ada diskon atau potongan harga khusus.
- Pengguna dapat melihat ulasan dari pembeli lain untuk mendapatkan gambaran mengenai kualitas produk yang akan dibeli.

6. Halaman Login:

- Halaman ini menyediakan fasilitas bagi pengguna baru maupun lama untuk mengakses akun mereka di platform TRENDI.
- Untuk pengguna baru, halaman ini dilengkapi dengan formulir registrasi yang mengumpulkan data dasar seperti nama, alamat email, nomor telepon, dan password untuk keamanan.
- Pengguna yang sudah memiliki akun dapat login dengan memasukkan email dan password, atau menggunakan opsi login cepat melalui akun media sosial seperti Google atau Facebook.
- Halaman login ini juga menyediakan fitur forgot password untuk membantu pengguna yang lupa kata sandi mereka melakukan reset melalui email terdaftar.
- Dengan fitur-fitur yang terperinci ini, platform Tenggarang Digital Market (TRENDI) diharapkan dapat memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pengguna dan mendukung pertumbuhan UMKM lokal dengan menyediakan akses yang lebih mudah ke pasar digital.

SIMPULAN

Pengembangan platform Tenggarang Digital Market (TRENDI) di Desa Tenggarang, Kabupaten Bondowoso bertujuan untuk meningkatkan ekonomi lokal dengan mendukung pertumbuhan UMKM di daerah tersebut. Melalui digitalisasi pemasaran, platform ini diharapkan dapat membantu UMKM untuk lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta mendukung keberlanjutan usaha mereka. Inisiatif ini diharapkan dapat membawa dampak positif terhadap perekonomian masyarakat setempat, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ketahanan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jember yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso. (2023). Potensi Ekonomi Kabupaten Bondowoso: Laporan Tahunan. Bondowoso: BPS Kabupaten Bondowoso.
- Diskoperindag Kabupaten Bondowoso. (2022). Statistik Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bondowoso. Bondowoso: Diskoperindag.
- Dian, M., & Arief, H. (2023). Strategi Pemasaran Konvensional dan Digital untuk UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 120-130.
- Kurniawan, B., & Hasanah, R. (2023). Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Inovasi Digital*, 8(2), 95-110.
- Nurhadi, D., & Yulianti, P. (2022). Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(3), 80-92.
- Rahman, A., & Iskandar, M. (2021). Pemasaran Digital sebagai Solusi Pemasaran UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(4), 100-115.
- Setyawan, T. (2021). Optimalisasi Potensi Ekonomi Lokal Melalui Pengembangan UMKM di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 15(1), 75-89.
- Supriyadi, Y. (2022). Pengembangan UMKM Desa: Studi Kasus di Desa Tenggarang, Bondowoso. *Jurnal Pengembangan Desa*, 3(2), 56-67.
- Suryono, A., & Prasetyo, D. (2022). Analisis Pemasaran Produk UMKM di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 210-225.
- Wibowo, S., & Hidayat, R. (2022). Dampak Penggunaan Media Digital Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 7(2), 132-145.