

ANALISIS RANCANGAN *E-BUSINESS* UNTUK PENGEMBANGAN UMKM DI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG (STUDI KASUS PRODUK UNGGULAN SARI JERUK KUNCI, KOPERASI PRODUSEN MELATI MAJU BERSAMA PANGKALPINANG)

Inawati
Rizal R. Manullang
Zamhari

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- *This research was entitled: “Analisis Rancangan E-Business Untuk Pengembangan UMKM Di Kepulauan Bangka Belitung; Studi Kasus Produk Unggulan Sari Jeruk Kunci, Koperasi Produsen Melati Maju Bersama Pangkalpinang”.*

The background of this research is based on the necessity for the company to have an online operational platform. The purposes of this study were to plan systematically regarding the Melati Maju Bersama Producer Cooperative in achieving organizational goals that are effective and efficient, to carry out the implementation related to what has been planned so that the Melati Maju Bersama Producer Cooperative achieves the organizational goals set, effective and efficient, and to carry out supervision in the Cooperative Producers of Melati Maju Bersama in order to achieve organizational goals that are effective and efficient.

The method of research is a descriptive qualitative. The method used in this study is descriptive with a qualitative approach with the aim of describing and describing existing phenomena, both natural and human engineered, which pays more attention to the characteristics, quality, and interrelationships between activities.

The theories and methods used in this research are the theory of Management, Marketing Management, Consumer Behavior, Marketing Strategy, Management Information System, E-Marketing, Affiliate Marketing, E-Business, E-Commerce, and the Unified Process Rational Methodology (RUP) and PIECE Analysis.

The results of the study prove that: (1) the process of identifying a systematic plan for the Melati Maju Bersama Producer Cooperative in order to improve organizational goals effectively and efficiently is carried out by building / creating a domain or service center that is integrated with the internet., (2) Jasmine Producers Cooperative Maju Bersama in carrying out the implementation process in order to improve organizational goals that are effective and efficient in maximizing the use of hardware, software and brainware., (3) Supervision that occurs in the Melati Maju Bersama Producer Cooperative in order to improve organizational goals that are effective and efficient.

Keywords: *E-Business, E-Commerce, E-Marketing, Management Information System*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini berlangsung dengan sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari keberadaan internet sebagai salah satu media komunikasi dan penyedia informasi. Dengan adanya internet, seseorang dapat menyampaikan informasi kemana saja dan

kepada siapa saja tanpa dibatasi oleh tempat, ruang, maupun waktu tertentu. Meledaknya penggunaan Internet dan teknologi *World Wide Web* (WWW) menyebabkan munculnya teknologi e-commerce yang berbasis teknologi Internet.

E-commerce merupakan konsep dari pemasaran global yang digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada dunia online atau pertukaran informasi melalui jaringan informasi internet.

Di Indonesia, usaha kecil, menengah dan mikro mulai dari pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja, hingga pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) yang merupakan sumber ekspor nonmigas dan telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi Perekonomian Indonesia. Selain itu, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional dan garda depan pemulihan ekonomi domestik.

Saat ini para pelaku UMKM pada umumnya masih melakukan transaksi bisnisnya secara manual melalui tatap muka secara langsung ataupun melalui telepon. Kesulitan yang terjadi dalam bisnis ini adalah dimana para UMKM kesulitan dalam memasarkan produknya dan menemukan pembeli yang tepat. Begitu juga dengan pihak pelanggan kesulitan dalam mencari produk-produk, yang dibutuhkan. Di samping itu, para pelaku UMKM juga kesulitan dalam membuat suatu aplikasi *web e-commerce* sendiri, untuk memasarkan produk-produknya. Adanya kemajuan teknologi dan kebiasaan baru berbelanja menggunakan media online atau pemasaran secara digital merupakan sebuah peluang baru untuk pelaku usaha UMKM untuk memperluas target penjualan dan melakukan pengembangan di dalam usaha. Teknologi digital dapat menjadi media dalam menghasilkan profit pada perekonomian era digital. Pemanfaatan dan pembekalan e-Business merupakan langkah yang baik untuk memudahkan para pelaku UMKM dalam memberikan informasi terkait produk, tidak hanya proses penjualan saja melainkan juga melibatkan mitra kerja sama yang juga berperan membantu dalam pemasaran. Dibutuhkan sebuah sistem informasi manajemen untuk mengoperasikan *e-Business*. Sistem informasi manajemen merupakan sistem manusia / mesin untuk menyajikan informasi yang mendukung fungsi operasional, manajemen bahkan terjadinya pemasaran secara digital.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses perancangan dan pembangunan website pada produk unggulan Sari Jeruk Kunci (JEKI), Koperasi Produsen Melati Maju Bersama, Pangkalpinang?
2. Untuk mengetahui proses pengawasan dan pengembangan website pada produk unggulan Sari Jeruk Kunci (JEKI), Koperasi Produsen Melati Maju Bersama, Pangkalpinang?

II. LANDASAN TEORI

Sistem Informasi Manajemen

Nugroho (2018), mengungkapkan bahwa sistem informasi merupakan bagian sistem organisasi yang menggabungkan antara pengguna dan sumber daya seperti teknologi dan media pengendalian informasi untuk mendapatkan jalur komunikasi, memproses tipe transaksi, menyampaikan signal kepada tingkat manajemen sebagai dasar informasi dalam pengambilan keputusan. Di dalam sistem informasi juga terdapat beberapa jenis-jenis sistem informasi yaitu sistem informasi manajemen.

Amsyah (2005), mengemukakan bahwa sistem manajemen informasi adalah pendekatan sistem berbasis informasi yang memiliki prinsip manajemen. Leod dan Schell (2008), memberikan kajian bahwa manajemen sistem informasi sebagai sistem berbasis komputer yang membuat informasi bagi para pengguna yang memiliki kebutuhan serupa. leod dan Shell (2007), manajemen sistem informasi menghasilkan informasi yang menggambarkan masa lalu, sekarang dan apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang. Gaol (2008), mengemukakan bahwa sistem informasi manajemen adalah sistem yang terdapat dalam organisasi sebagai alternatif untuk melakukan tindakan proses konfigurasi manajemen dengan menggabungkan sistem manusia dan mesin. O'brien dan Marakas (2013), memberikan kajian bahwa sistem informasi manajemen (*management information system*) merupakan komponen dalam sistem informasi dengan mengubah data menjadi informasi dengan mengintergrasikan komponen sistem informasi yang berupa *people, hardware, software, communication network* dan *data resources*.

E – Marketing

Kianda (2001) mendefinisikan bahwa *E-Marketing* melakukan bisnis secara *online*, seperti menjual produk kepada konsumen secara *online*. *E-marketing* merupakan langkah untuk membuat, mengelola dan meluaskan hubungan komersial secara *online*. Ling&Lie, dalam jurnal *Journal of American Academy Of Business* (2006), *E-marketing* adalah proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media web. Sedangkan Gohary (2010), mengemukakan bahwa pemasaran elektronik (*E-Marketing*) dapat dipandang sebagai filosofi baru dan praktek bisnis modern yang terlibat dengan pemasaran barang, jasa, informasi dan ide melalui internet dan elektronik lainnya. Jagdish dan Sharma (2005), *e-Marketing* menciptakan perubahan perilaku yang mendasar dalam bisnis dan konsumen serupa dengan yang terkait dengan pengenalan

mobile dan telepon yang mengurangi kebutuhan seperti biaya transaksi untuk pendekatan channel.

Affiliate Marketing

Pemasaran berafiliasi merupakan kegiatan bemitra dengan organisasi atau perusahaan lain dan website-website untuk mencapai keuntungan Bersama dari sebuah Kerjasama untuk mempromosikan produk atau layanan (Anshari & Mahanani, 2018). Taufik (2002), memberikan definisi *affiliate marketing* sebagai cara menghasilkan uang dari internet dengan bayaran hanya jika setelah berhasil menjual barang/jasa seorang merchant (orang atau perusahaan yang memiliki produk/jasa yang mereka pasarkan melalui internet). Untuk orang-orang yang tidak memiliki produk/jasa untuk dijual, bisa membantu menjualkan produknya. Untuk tiap produk yang terjual, mereka akan mendapatkan komisi.

Menurut Prayitno (2001), *affiliate marketing* merupakan sistem komisi yang diberikan kepada seseorang yang berhasil merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Tujuan dari adanya afiliasi adalah untuk mempromosikan produk/jasanya menjadi lebih luas lagi tanpa batasan selama masih didunia *online* internet. Dengan kata lain pemilik website memerlukan sejumlah tenaga penjual untuk membantunya menjual produk. Dalam prakteknya di internet, para afiliasi ini memberi fleksibel dalam menjalankan pekerjaannya. Pelaku *affiliate marketing* tersebut sering juga dikenal dengan internet marketer. Banyak perusahaan “dot-com” yang mampu membuktikan sistem *affiliate marketing*. Misalnya Amazon.com, 40% penjualan amazon berasal dari program afiliasi. Afiliasi dilakukan dengan cara promosi para internet marketer dengan menggunakan banner yang telah disediakan oleh amazon.com. Apabila terjadi transaksi pembelian, internet marketer tersebut akan menerima komisi sesuai dengan perjanjian yang akan dikirim sesuai dengan data (*account*) pihak ketiga tersebut. Di Indonesia konsep ini dikenal dengan sistem *re-seller*.

E – Business

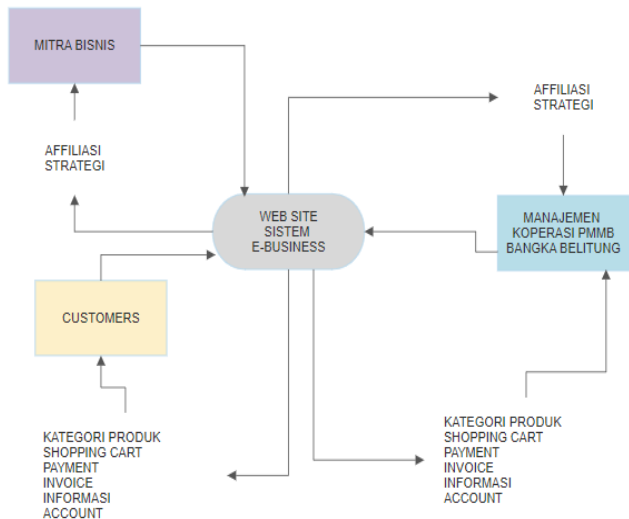
Sawhey menyatakan bahwa *e - business* sebagai: “*The use of electronic networks and associated technologies to enable, improve, enhance, transform, or invent a business process or business system to create superior value for current or potential customers.*” Bagaimana teknologi elektronik dan digital berfungsi sebagai media tercapainya proses dan sistem bisnis (pertukaran barang atau jasa) yang jauh lebih baik dibandingkan dengan cara- cara konvensional, terutama dilihat dari manfaat yang dirasakan oleh *stakeholders*.

Dhillon dan Kaur (2012), menyatakan bahwa *e-Business* merupakan teknologi untuk mengembangkan proses bisnis baik internal yang berupa sumber daya manusia, administrasi dan keuangan serta proses eksternal seperti penjualan. Di sisi lain Jimmy L.Gaol (2008), memberi kajian *e-Business* merupakan penggunaan internet dan teknologi digital untuk melakukan proses bisnis dalam suatu perusahaan yang didalamnya meliputi *e-commerce*. *E-Business* meliputi segala macam fungsi dan kegiatan bisnis menggunakan data elektronik yang termasuk di dalam pemasaran internet (*e-marketing*).

Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah dibuat dalam identifikasi permasalahan.

Gambar 1.
Kerangka Konseptual



Sumber: Data Hasil Olah Peneliti (2021)

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Satori (2011), mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artefak dan lain sebagainya.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang analisis rancangan e-Business sebagai media untuk memberikan sebuah inovasi terkait sistem informasi melalui media digital dengan website dimulai sejak Februari sampai dengan Juni 2021 Menurut Sugiyono (2019) objek penelitian adalah tujuan atau lokasi yang obyektif, valid dan dapat diandalkan tentang variabel tertentu.

Objek dalam penelitian ini adalah Koperasi Produsen Melati pada UMKM Jeruk Kunci Jeki yang beralamat di Jalan Singkur, Pangkalpinang, Bangka Belitung, Indonesia, 33172..

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Data

Jenis data yang dipakai pada penelitian ini, adalah data prototyping dalam penerapan pengembangan sistem. Prototipe adalah satu versi dari sebuah potensial yang memberikan ide bagi para pengembang dan calon pengguna, bagaimana sistem akan berfungsi dalam bentuk telah selesai Leod dan Schell (2007).

Metode Analisis Data

Metode penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dalam metode penelitian perancangan e-Business menggunakan metodologi *Rasional Unified Process*.

Metodologi Rasional Unified Process memiliki langkah – langkah sebagai berikut:

1. *Inception* / permulaan
Tahap ini digunakan pengumpulan data yaitu dengan cara membeli secara langsung, serta melakukan observasi terkait data penjualan.
2. *Elaborasi* / perencanaan atau perluasan
Tahap ini merupakan tahap awal untuk melihat bagaimana cara agar Koperasi Maju Bersama mampu untuk menyampaikan atau menyajikan data terkait produk unggulan UMKM Jeruk Kunci JEKI sampai melakukan transaksi berdasarkan rutinitas operasional.
3. *Construction* / Konstruksi
Tahap ini masuk kepada langkah untuk melakukan proses perancangan untuk melakukan transaksi.
4. *Transition*
Tahap *transition* merupakan tahap terakhir metode RUP. Dalam tahap ini akan ada pengujian dan implementasi sistem, tetapi penulis akan sampai pada pengujian sistem karena adanya keterbatasan waktu.

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan analisis pendekatan PIECES sebagai berikut:

3. *Performance* merupakan analisis kinerja dilihat dari sisi server (pemilik) yang bertugas untuk siapa yang akan melakukan akses domain / registrasi pada website.
4. *Information* merupakan analisis informasi untuk menganalisa sampai sejauh mana kemampuan peneliti untuk menyajikan informasi sedetail mungkin terkait dengan produk unggulan dari Koperasi Melati Maju Bersama, UMKM Jeruk Kunci JEKI.
5. *Economics* merupakan analisis ekonomi yang berkaitan dengan dengan afiliasi marketing, penjualan, *order by request* dan email marketing.
6. *Control* merupakan analisis terkait keamanan yang dikelola bagian administrator terkait pada keamanan data customer ketika melakukan transaksi.
7. *Efficiency* merupakan sebuah hal yang menyangkut bagaimana meminimalisir biaya untuk menghasilkan output yang mencukupi.
8. *Services* merupakan analisis pelayanan yang diberikan kepada konsumen mulai dari pemilihan barang, transaksi sudah berjalan sampai barang sampai kepada tangan konsumen.

IV. PEMBAHASAN

Tahap Perencanaan

Koperasi Produsen Melati Maju Bersama yang berada di kota Pangkalpinang memiliki anggota sebanyak 30 dan sudah memiliki produk – produk sendiri. Produk-produk tersebut terdiri dari kemplang asri, rusip asri, zulaikha lapis, kricu cantika, nada snack, keripik pisang dan lain-lain. Di samping itu Koperasi Produsen Melati Maju Bersama memiliki banyaknya produk yang diperjualbelikan, Koperasi ini juga memiliki produk unggulan yang berbentuk minuman yaitu

Produk Sari Jeruk Kunci yang berasal dari UMKM Jeruk Kunci JEKI.

Produk hasil anggota Koperasi Produsen Maju Bersama ini dipajang di etalase rumah produksi. Kegiatan jual-beli yang terjadi pun, masih banyak nya konsumen yang datang dan membeli langsung ke Rumah Produksi Koperasi Produsen Melati Maju Bersama. Produk Sari Jeruk Kunci “JEKI” tidak diperjualkan di toko oleh-oleh khas Bangka Belitung karena adanya keterbatasan waktu dan ruang. Namun, produk Sari Jeruk Kunci “JEKI” ini dapat di beli melalui beberapa reseller dan dapat langsung membeli ke Rumah Produksi Koperasi Produsen Melati Maju Bersama.

Pada Tahun 2019 akhir adanya Covid-19 mampu memberikan dampak baik secara positif dan negatif. Dampak dari Covid-19 secara negatif terhadap Koperasi Melati Maju Bersama adalah menurunnya penjualan terjadi di dalam Kepulauan Bangka Belitung. Terjadi penurunan ini disebabkan karena konsumen tidak dapat melakukan pembelian secara langsung seperti sebelumnya dan rata-rata Pengeluaran Per kapita sebulan untuk komoditas makanan dan minuman jadi di Kota Pangkalpinang pada saat itu sebesar 233.105. Terjadi penurunan sebesar 722, jika di bandingkan dengan Tahun 2018.

Dampak Positif dengan adanya Covid-19 ini membuat Koperasi Produsen Melati Maju Bersama berinovasi dengan menggunakan media sosial dan *Platform e-Commerce* untuk melakukan penjualan di luar dari Kepulauan Bangka Belitung. Di samping itu dalam melakukan penjualan secara daring, Koperasi Produsen Melati Maju Bersama masih terdapat kekurangan pada saat mempromosikan produk secara luas agar dapat di ketahui oleh seluruh masyarakat. Komponen utama dalam membangun toko *online* memiliki standar yang harus dimiliki seperti produk, tempat menjual produk, cara menerima pesanan, cara pembayaran, metode pengiriman dan *customer service*. Toko *online* ini mempunyai konsep sebagai web pertemuan antara penjual dan pembeli layaknya pasar tradisional. Pihak dari UMKM Jeruk Kunci “JEKI” diharapkan unyuk selalu terhubung dengan jaringan internet dalam menjaga tokonya jika sewaktu-waktu ada konsumen yang melakukan pembelian dapat segera ditindaklanjuti.

Dengan adanya inovasi dari Koperasi Produsen Melati Maju Bersama, penulis melakukan sebuah perencanaan kepada Koperasi Produsen Melati Maju Bersama jika menggunakan *Website* sebagai *platform* mereka dalam melakukan penjualan dan menerapkan pula prinsip *e-Business* yang tidak hanya melakukan penjualan saja tetapi mampu memiliki mitra kerja sama dengan menggunakan *Affiliate Marketing* atau Program Afiliasi.

Untuk memulai sebuah usaha termasuk membuka toko *online* idealnya memerlukan perencanaan bisnis yang matang dan saat ini hanya memerlukan dua komponen yang terdiri atas Script toko *online* serta hosting dan domain.

Jika kedua komponen tersebut sudah di siapkan maka akan di lakukan instalasi toko *online* yang akan di lakukan pada tahapan berikut:

Gambar 2.
Instalasi Toko Online



Domain merupakan nama toko atau alamat, sedangkan hosting bisa diibaratkan ruang tempat penjual menempatkan produk yang akan di jual. Pada penelitian ini penulis menggunakan layanan hosting dari Rumah Web. Salah satu layanan di berikan yaitu sudah terdapat paket layanan jika ingin memiliki nama domain dan hosting.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dari Koperasi Produsen Melati Maju Bersama merupakan bentuk awal untuk membuat atau mengoperasikan website yang sudah dibeli pada layanan *web hosting* Rumah Web Indonesia dengan komponen – komponen Sistem Informasi sebagai berikut:

1. *Hardware*
Hardware terdiri atas ponsel, PC, Printer dan internet router.
2. *Software*
Software pada penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu dari sisi client, sisi server dan sisi administrator dari UMKM Jeruk Kunci “JEKI”. Sebelum itu di pastikan pihak-pihak yang berkaitan harus terhubung dengan jaringan internet dan melakukan pencarian alamat web yang diperlukan di *web browser*.
3. Adapun *Software* ini terdiri dari sisi Administrator dan Server dimana database yang berada pada Joomla *Content Management System* yang digunakan untuk membangun situs web.
4. *Software* pada bagian Administrator selain Joomla juga terdapat di dalam Phocacart. Phocacart merupakan ekstensi dari penjualan secara elektronik yang terdapat banyak menu-menu yang berkaitan dan dapat di dapatkan melalui Joomla. *Software* sisi *client* pada cPanel Joomla.
5. *Brainware*
UMKM Jeruk Kunci “JEKI” membutuhkan 1 karyawan saja untuk melakukan atau mengawasi terjadinya transaksi secara digital ini. Untuk tenaga pemasaran, UMKM Jeruk Kunci “JEKI” sudah menyediakan mitra kerja sama dengan *Affiliasi Marketing*.

Kemudian ketika selesai melakukan instalasi Joomla, maka saatnya mengelola *website* yang terbagi menjadi beberapa tahapan :

1. Membuat Artikel
Pada dasarnya, konten untuk sebagian besar halaman standar yang terdiri dari teks, gambar dan hyperlink akan dibuat pada *Article Manager*, yang dapat di akses melalui item menu Konten di halaman Admin Joomla.
2. Membuat menu
Setelah membuat artikel, tahap selanjutnya melakukan tersedianya menu di situs *web*, sehingga akan membantu pengunjung menemukan dan melihatnya.

Analisis PIECES

Analisis PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, Security*).

1. Analisis *Performance* (Kinerja)

Adanya pergeseran sistem manajemen dari yang awalnya banyak melibatkan karyawan karena proses berlangsungnya transaksi masih sederhana. Dimana para konsumen langsung datang ke Rumah Produksi milik Koperasi Produsen Maju Bersama untuk membeli Produk Sari Jeruk Kunci "JEKI". Kinerja dari karyawan yang diberikan kepada konsumen masih kurang maksimal, apabila banyak konsumen yang datang. Pada penelitian ini, penulis melihat bahwa kinerja yang diberikan dari karyawan Koperasi Produsen Melati Maju Bersama akan terbantu dengan adanya website Makjeki.id/UMKM. Kinerja yang bukan lagi dilihat dari karyawan melainkan dari Server. Server dari website Makjeki.id/UMKM ini terletak di bagian Phoca Cart. Phoca Cart ini membantu karyawan lebih mudah dalam menjangkau konsumen tanpa memiliki batasan ruang dan waktu. Karyawan dari UMKM Jeruk Kunci "JEKI" cukup melihat transaksi yang terjadi yang telah disediakan dalam Phoca Cart.
2. Analisis *Information* (Informasi)

Analisis ini berisikan informasi-informasi yang dapat mempermudah calon konsumen ketika mengunjungi toko UMKM Jeruk Kunci "JEKI" secara online. Informasi-informasi tersebut berada pada main menu.. Mulai dari informasi kategori harga, informasi terkait dengan jasa pengiriman yang digunakan, informasi terkait proses pembayaran yang disediakan, informasi terkait dengan bisnis yang dijalankan serta informasi terkait data kesehatan produk.
3. Analisis *Economy* (Ekonomi)

Dalam bisnis baru yang akan dimulai, UMKM Jeruk Kunci "JEKI" cukup membayar Rp 200.000,00 selama setahun dalam menggunakan layanan web hosting. Penulis menilai bahwa dengan menggunakan jasa layanan web hosting, maka UMKM Jeruk Kunci "JEKI" mampu meminimalisir biaya yang akan dikeluarkan khususnya pada tenaga kerja. Menurut *Analytic Data Advertising* (ADA), aktivitas belanja online naik 400% sejak Maret 2020 akibat pandemi ini. Bank Indonesia (BI) mencatat, transaksi pembelian lewat e-commerce pada bulan Maret 2020 mencapai 98,3 juta transaksi. Angka itu meningkat 18,1% dibanding dengan Februari. Tak hanya itu, total nilai transaksi *e-commerce* pun meningkat 9,9% menjadi Rp 20,7 triliun dari bulan Februari 2020. "Di era digital saat ini, masyarakat dengan mudahnya melakukan transaksi virtual dalam berbelanja, contohnya *cash on delivery* (COD), *e-wallet*, rekening bersama, transfer, dan kartu kredit.
4. Analisis *Control* (Keamanan)

Keamanan merupakan keprihatinan besar dalam situs web yang berisi materi pribadi karyawan atau informasi rahasia perusahaan. Seperti halnya pada penelitian ini, penulis menggunakan *Re-captcha* untuk calon konsumen melakukan transaksi dan data konsumen disimpan di dalam Phoca-cart.
5. Analisis *Efficiency* (Efisiensi)

Penulis memikirkan bahwa manajemen UMKM Jeruk Kunci "JEKI" membutuhkan pengetahuan terkait

melakukan branding online agar masyarakat luas dapat mengetahui produk yang mereka jual. Branding *online* mencakup beberapa hal seperti mengidentifikasi sasaran usaha, memilih nama domain, membuat *look and feel* yang menarik bagi para calon konsumen, menciptakan mutu pengalaman yang positif ketika konsumen melakukan pembelian hingga memelihara integritas layanan.

6. Analisis *Services* (Pelayanan)

UMKM Jeruk Kunci "JEKI" perlu juga memperhatikan terkait pelayanan karena proses transaksi yang terjadi secara digital. Layanan pelanggan sebenarnya meluas dibalik kisaran penjualan untuk mencakup kemungkinan sasaran seperti memperluas dan mempertahankan kesetiaan pelanggan, meningkatkan keuntungan dengan menaikkan penjualan dan menurunkan biaya, meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk memasarkan produk layanan hingga meningkatkan produk dan layanan sejalan dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Pada jenis usaha kecil bisa berbuat sesuatu tanpa bantuan tenaga penjualan dengan menempatkan informasi produk atau layanannya secara *online*. Kemudian mengirimkannya melalui *invoice* yang akan diterima oleh pelanggan ketika transaksi penjualan sudah berjalan. Layanan yang diberikan pada Makjeki.id/UMKM tidak hanya kepada konsumen tetapi juga memberikan layanan kepada mitra kerja dengan program kerja sama yang berbentuk *Affiliati Marketing*, dimana pembayarannya dilakukan sesuai dengan komisi yang telah ditetapkan. *Affiliati Marketing* digunakan agar dapat meminimalisir biaya pemasaran yang akan dilakukan.

Affiliate Marketing

Affiliate marketing adalah program antara pemilik usaha dan rekan di dalam payung usaha yang berbeda. Konsep penjualan ini ditandai dengan komisi berbasis sukses yang dibayar oleh pemilik usaha. Jumlah komisi disepakati antara pemilik usaha dan rekannya. Afiliasi bertanggung jawab atas Afiliasi-Portal dan menjalankan ruang iklan. Afiliasi Pemasaran dapat diimplementasikan *online* dan *offline*.

Prosedur dan Komisi Berafiliasi

Afiliasi Pemasaran adalah metode Pemasaran *Online* dan bagaimana UMKM Jeruk Kunci "JEKI" dapat mengiklankan produk dan layanan mereka. Oleh karena itu, UMKM Jeruk Kunci "JEKI" mencari mitra penjualan yang menempatkan iklan di situs mereka sendiri seperti sebagai tautan atau spanduk. Iklan itu dibuat oleh UMKM Jeruk Kunci "JEKI", dan rekan afiliasi bertindak sebagai media iklan dari produk – produk UMKM Jeruk Kunci "JEKI".

Adapun syarat, ketentuan dan prosedur pembagian atau pemberian komisi adalah sebagai berikut ini:

1. Tarif Komisi

Biaya yang harus dibayarkan oleh pihak JEKI kepada afiliasi ("biaya komisi") dihitung sesuai dengan tarif yang tercantum di situs web platform, atau sebagaimana disepakati secara terpisah antara afiliasi dan pihak JEKI dalam bentuk tertulis (tarif tersebut disebut sebagai "tarif komisi").

2. **Perhitungan Biaya Komisi**
Biaya komisi untuk bulan yang ditentukan harus dihitung sebagai nilai pembelian selesai bersih dikalikan dengan tarif komisi. Seluruh biaya komisi yang dibayarkan kepada, dan diterima oleh afiliasi sudah termasuk semua pajak pertambahan nilai. Biaya komisi akan dibayarkan oleh pihak JEKI kepada afiliasi melalui transfer bank ke rekening bank terdaftar milik afiliasi.
3. **Pembayaran Minimal**
Biaya komisi yang terutang kepada afiliasi harus ditambahkan ke saldo akun afiliasi setiap dua minggu.
4. **Pihak JEKI akan membayar saldo akun kepada afiliasi setiap dua minggu, dengan ketentuan saldo akun pada tanggal pembayaran adalah minimal Rp 10.000 (sepuluh ribu Rupiah) ("Pembayaran Minimal").**
5. **Jika saldo akun afiliasi kurang dari pembayaran minimal selama periode pembayaran yang ditentukan, pihak JEKI berhak menahan jumlah yang harus dibayarkan kepada afiliasi tersebut hingga periode pembayaran dimana saldo akun afiliasi telah memenuhi pembayaran minimal.**
6. **Pajak.**
Masing-masing pihak akan membayar semua pajak yang terutang olehnya berdasarkan syarat dan ketentuan ini. Jika undang-undang yang berlaku mewajibkan pihak JEKI untuk memotong pajak dari jumlah yang harus dibayarkan kepada afiliasi.
7. **Pembebanan kembali (transaksi) ke dalam kartu kredit/chargeback.**
8. **Pihak JEKI tidak akan melakukan pembayaran komisi, dan berhak memperjumpakan / mengkompensasikan utang atau mengajukan chargeback atas transaksi yang sebelumnya dibayarkan. Transaksi tersebut termasuk, namun tidak terbatas pada: (a) transaksi yang tidak memenuhi persyaratan sebagai Pembelian Selesai; (b) transaksi penipuan yang diidentifikasi secara manual atau melalui proses pemeriksaan pesanan yang curang oleh pihak JEKI; (c) transaksi yang dilakukan melalui persekongkolan dimana afiliasi terhubung dengan penjual, atau ketika afiliasi telah membeli produk melalui tautan afiliasi; (d) transaksi yang dibatalkan, tidak lengkap, dikembalikan barangnya atau dikembalikan dananya; (e) transaksi yang dilakukan dengan tujuan untuk menjual kembali produk yang dibeli; dan (f) transaksi yang dilakukan melalui tautan afiliasi yang mengandung konten yang dilarang.**

Syarat dan ketentuan Afiliasi

Untuk dapat menjalin kerjasama sebagai rekan bisnis dari UMKM Jeruk Kunci "JEKI", terdapat beberapa syarat dan ketentuan yang berlaku:

1. **Informasi Pendaftaran.**
Afiliasi harus memberikan informasi apa pun yang diminta oleh pihak JEKI dalam formulir pendaftaran, dan harus menjamin kebenaran, keakuratan dan kelengkapan informasi tersebut untuk keperluan pendaftaran program. Setiap informasi yang tidak benar atau tidak akurat atau tidak lengkap yang disampaikan kepada pihak JEKI akan dipertimbangkan sebagai dasar untuk mengakhiri keikutsertaan afiliasi serta syarat dan ketentuan ini. Pihak JEKI dapat menerima atau menolak pengajuan yang disampaikan oleh afiliasi, atas kebijakannya sendiri dan

untuk alasan apa pun. Formulir Pendaftaran diatur berdasarkan Syarat dan ketentuan ini.

2. **Lisensi Terbatas.**
Jika afiliasi diterima masuk ke dalam program, pihak JEKI memberikan kepada afiliasi selama jangka waktu hak non-eksklusif tidak dapat dipindahtangankan, dan dapat dibatalkan, untuk menampilkan tautan afiliasi pada media afiliasinya dengan biayanya sendiri, semata-mata untuk tujuan keikutsertaan afiliasi dalam program. Afiliasi dilarang, tanpa persetujuan tertulis sebelumnya dari pihak JEKI, mengganti atau memodifikasi atau menciptakan karya turunan dari tautan afiliasi atau kekayaan intelektual pihak JEKI. Kecuali secara tegas diatur dalam syarat dan ketentuan ini, tidak ada satu ketentuan pun dalam syarat dan ketentuan ini yang dimaksudkan untuk memberi hak kepada afiliasi untuk menggunakan kekayaan intelektual pihak JEKI.
3. **Kelayakan.**
Media afiliasi harus tersedia untuk dipublikasikan melalui informasi yang diberikan dalam pengajuan yang disampaikan oleh afiliasi untuk bergabung dengan program. Afiliasi tidak berhak untuk ikut serta, dan pihak JEKI dapat mengakhiri keikutsertaan afiliasi dalam program, jika media afiliasinya mengandung konten yang dilarang atau konten lain yang dianggap tidak pantas oleh pihak JEKI. Media afiliasi mencakup media sosial dan situs web (termasuk, namun tidak terbatas pada, domain situs web / blog, Facebook, Pinterest, dan Twitter) setelah disetujui oleh JEKI ("Media Sosial yang Disetujui"). Media Sosial yang Disetujui harus (i) tidak mengandung merek dagang, nama atau logo JEKI, atau menampilkan konten yang tidak sesuai, dan (ii) jika melalui Facebook, ditampilkan melalui "halaman penggemar" dan tidak melalui "halaman pribadi" sesuai dengan kebijakan pengguna Facebook.
4. **Kepatuhan terhadap Ketentuan Penyedia Layanan.**
Afiliasi setuju untuk mematuhi persyaratan layanan tambahan yang mungkin diberlakukan bagi afiliasi oleh penyedia layanan pihak JEKI pada setiap saat selama keikutsertaan afiliasi dalam program, seakan-akan ia merupakan pihak dalam ketentuan layanan itu sendiri. Dalam hal terdapat pertentangan antara ketentuan layanan tambahan tersebut dan syarat dan ketentuan ini, maka, syarat dan ketentuan ini yang berlaku.
5. **Dokumen Lainnya.**
Selain syarat dan ketentuan ini, pihak JEKI telah mengatur persyaratan teknis lainnya untuk menjadi partisipasi melalui media komunikasi yang dipilih oleh pihak JEKI, yang akan diberikan kepada afiliasi ("Dokumen Lain"). Kapan saja selama berpartisipasi, afiliasi setuju dan mengakui bahwa afiliasi terikat pada syarat dan ketentuan ini dan juga dokumen lainnya.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran dari hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh untuk dapat menjawab rumusan masalah di dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Proses perancangan dan pembangunan pembangunan website pada produk unggulan Sari Jeruk Kunci (JEKI), Koperasi Produsen Melati Maju Bersama, Pangkalpinang dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:
 - a. Mendaftar dan membeli nama domain pada RumahWeb.
 - b. Menyediakan komponen – komponen dasar seperti *hardware*, *software* dan *brainware*.
 - c. Melakukan instalasi menggunakan aplikasi Joomla.
 - d. Mengelola isi *website* dengan menginput informasi mengenai data produk, harga, sejarah singkat dan alamat / nomor telepon UMKM.
 - e. Mengelola sistem pemesanan, pembayaran dan pengiriman.
 - f. Berkoordinasi dengan pihak afiliasi di dalam memasarkan produk.
 2. Pengawasan yang terjadi dalam Koperasi Produsen Melati Maju Bersama guna meningkatkan tujuan organisasi yang efektif dan efisien ialah sebagai berikut:
 - a. Menggunakan analisis PIECES (*Performance, Information, Economy, Controll, Eficiency, Security*)
 - b. Kinerja yang bukan lagi dilihat dari karyawan melainkan dari Server. Server dari *website* Makjeki.id/UMKM ini terletak di bagian server.
 - c. Phoca Cart. Phoca Cart ini membantu karyawan lebih mudah dalam menjangkau konsumen tanpa memiliki batasan ruang dan waktu. Karyawan dari UMKM Jeruk Kunci “JEKI” cukup melihat transaksi yang terjadi yang telah disediakan dalam Phoca Cart.
 - d. Menggunakan jasa layanan *web hosting*.
 - e. Menggunakan *Re-captcha* untuk calon konsumen melakukan transaksi dan data konsumen disimpan di dalam Phoca-cart.
 - f. Menjalankan proses pelayanan melalui *affiliate market*, baik secara daring maupun luring yang merupakan bagian dari pengembangan *website* ini sendiri.
- [4] Gaol, L, Jimmy. 2008. *Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- [5] Manullang, Rizal Ruben. 2014. *The 2015 AEC Business Competition, Business Intelligent and Implications for Small Medium Enterprises Competitiveness* published at: "Scientific Research Journal (Scirj), Volume II, Issue I, January 2014 Edition, Page 1-8".
- [6] Manullang, Rizal Ruben. 2017. *Factors Influencing the Implementation of E-Government in Public Services on Issuing Enterprise Permit at Jembrana Regency, Bali, Indonesia* published at: "The International Journal Of Science & Technoledge (theijst), Volume 5 Issue 1, January, 2017, ISSN 2321 – 919X, Page 50-68".
- [7] Nugroho, M. A. 2018. *Analisis Cluster Container Pada Kubernetes Dengan Infrastruktur Google Cloud Platform. Jipi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 3(2)
- [8] Harvey, D. F, D.R.Brown. 2009., *Terjemahan Cahyono Bahan Bacaan Pengantar. Ilmu Administrasi Bisnis*, Badan Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, yaitu:

1. Website <http://makjeki.id/UMKM/> milik UMKM Jeruk Kunci “JEKI” masih perlu disempurnakan kembali di masa yang akan datang dan disesuaikan dengan kondisi dan situasi terkini.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama penelitian yang berkaitan dengan electronic business.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alona, Alvianti. 2018. *Merambah Era Digitalisasi*. J Jakarta: Erlangga.
- [2] Amsyah, Zulkifli. 2005. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [3] Anshari dan Mahanani. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Mall*. *Jurnal Humaniora*. 2 (2): 53-61.