

**MENGEMBANGKAN UMKM MAKANAN MELALUI APLIKASI**

**E-COMMERCE**

**(E-BISNIS)**

**Supangat,M.kom.,ITIL.,COBIT**



**Di susun oleh:**

**Iqbal fahrezy (1211800068)**

**Fakultas ekonomi**

**Manajemen**

**Universitas 17 agustus Surabaya**

## **Kata pengantar**

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan banyak nikmat sehingga kami dapat menyusun laporan E -BISNIS ini dengan baik. Laporan ini berisi tentang uraian hasil riset mengenai ” **Mengembangkan UMKM makanan melalui Aplikasi E-Commerce** ”.

Laporan ini kami susun secara cepat dengan bantuan dan dukungan dari bapak supangat selaku dosen mata kuliah E-bisnis.Oleh karena itu kami sampaikan terima kasih atas waktu, tenaga dan pikirannya yang telah diberikan.

Dalam penyusunan laporan ini, kami menyadari bahwa hasil laporan praktikum ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga kami selaku penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian.

Akhir kata Semoga laporan praktikum ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua, dan masyarakat Indonesia umumnya.

Surabaya,25 oktober 2021

## **ABSTRAK**

Keberhasilan bisnis dengan web e-commerce dipengaruhi oleh banyak aspek. Salah satunya adalah teknologi yang mendukung. Untuk membangun web ecommerce yang berdaya guna diperlukan dukungan teknologi yang berkualitas. Java Server Pages merupakan teknologi berbasis java yang di khususkan untuk pengembangan aplikasi web yang sudah banyak digunakan oleh para pengembang untuk membangun web e-commerce. Data mining telah menjadi perhatian besar di kalangan industri teknologi. Dari kumpulan data yang sepertinya kurang berguna dapat ditemukan informasi yang berharga, baik dalam bidang bisnis dan bidang-bidang yang lain. Naive Bayes Classifier merupakan salah satu metode yang digunakan untuk melakukan klasifikasi dalam data mining. Dalam kasus toko elektronik online, pada data customer yang terekam dari website yang berjalan dapat dilakukan data mining dengan melakukan klasifikasi terhadap customer yang berpotensi membeli dan yang tidak.

Dengan berkembangnya digitalisasi Pemerintah perlu berupaya semaksimal mungkin untuk bisa memberdayakan para pelaku UMKM sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman. Dalam hal ini, inovasi-inovasi sangat diperlukan dalam menjalankan e commerce. Disamping itu sebenarnya masih banyak lagi pelaku UMKM yang belum terdata dalam sensus ekonomi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. Sedangkan hingga saat ini yang terdaftar dalam Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota kurang lebih sekitar 16.000 kelompok. Dengan jumlah yang selalu bertambah disetiap tahunnya sangat diperlukan adanya pemberdayaan yang serius dari pemerintahan daerah

HALAMAN SAMPUL.....

HALAMAN PENGESAHAN.....

DAFTAR ISI.....

PENDAHULUAN.....

A. Latar Belakang.....

B. Rumusan Masalah.....

C. Tujuan.....

D. Manfaat.....

GAGASAN.....

A. Kondisi Terkini.....

B. Solusi Permasalahan.....

C. Aktor Pengimplementasi E-Bisnis UMKM.....

D. Langkah-langkah E-Bisnis.....

DAFTAR PUSTAKA.....

## **1. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

E-commerce merupakan model operasi bisnis yang sedang berkembang pesat sekarang ini. Semakin banyak pelaku bisnis dan juga customer yang memanfaatkan e-commerce, Sehingga telah mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan adanya e-commerce, bisnis perusahaan dapat dijalankan dengan tidak dibatasi oleh waktu. Toko Elektronik Online merupakan salah satu contoh web e-commerce.

agar para pelaku UMKM bisa terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, yang dimana saat ini merupakan zamannya internet ataupun digital. Usaha kecil, menengah merupakan pilar utama ekonomi nasional yang perlu dan harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi masyarakat. Sebagaimana yang telah diatur di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pengertian UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh seseorang yang mengarah pada usaha ekonomi kriteria dengan produktifitas yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Dalam hal ini inovasi-inovasi sangat diperlukan dalam rangka penerapan undang- undang tersebut.

Hingga saat ini sendiri jumlah dari pengguna internet di Negara Indonesia menembus angka 196 juta pengguna. Hasil survey tersebut dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Survei tersebut dilakukan pada bulan Juni 2020. Jika melihat jumlah pada pengguna internet di Indonesia, Kota menjadi salah satu kota penyumbang pengguna internet terbanyak. E-Bisnis merupakan salah satu bentuk alternatif yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa pada konsumen melalui media internet. Seiring dengan bertambahnya pengguna pelayanan internet, yang disebabkan murah dan mudah, maka bisnis yang dilakukan secara digital semakin berkembang. Hal tersebut dikarenakan jual beli melalui media internet mudah untuk dijalankan, tidak memerlukan modal yang besar dan tidak harus membutuhkan sistem manajemen yang rumit untuk mengelolanya. Cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya kedalam situs atau aplikasi jual beli, usaha sudah dapat berjalan. E-Bisnis bisa menjadi inovasi bagi pemerintah dalam upaya memfasilitasi dan pemberdayaan para pelaku UMKM agar usaha mereka bisa terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dari data yang sudah kami peroleh dan paparkan diatas. Hal ini merupakan langkah yang harus di ambil oleh pemerintah kota dikarenakan UMKM di daerah telah mencapai jumlah yang signifikan, pelaku UMKM dan setiap tahunnya akan terus

mengalami pertambahan. Ditambah lagi dengan sistem persaingan pasar yang kurang berpihak kepada mereka. Dengan kondisi dan jumlah sebanyak itu yang mengharuskan pemerintah harus segera merealisasikan E-Bisnis UMKM itu sendiri dikarenakan dampak yang dihasilkan dari E-Bisnis UMKM sangat berdampak bagus untuk sistem perekonomian daerah.

Teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Aktivitas pemasaran pun tak lepas dari pengaruh teknologi digital. Istilah pemasaran berbasis digital (digital marketing) telah mengalami evolusi dari awalnya kegiatan pemasaran barang dan jasa yang menggunakan saluran digital hingga pengertian yang lebih luas yaitu proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, memelihara konsumen, dan meningkatkan penjualan.(Nbi, 2021)

Oleh karena itu, fitur data mining dalam sistem informasi manajemen diperlukan untuk mengungkap informasi yang tersembunyi dalam data transaksi yang telah ada yang pada akhirnya memungkinkan pemilik usaha untuk membuat keputusan berdasarkan data dan mentransformasikannya dalam bentuk kebijakan bisnis yang bermanfaat untuk proses bisnisnya.(Supangat & Amna, 2019)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Mengapa pemerintah perlu melakukan untuk membuat E-Bisnis UMKM ?
2. Bagaimanakah system penerapan kinerja dari E-Bisnis ?

## **C. Tujuan**

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan pada rumusan masalah, pengagagas memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menjelaskan alasan mengapa pemerintah kota perlu membuat E-Bisnis UMKM
2. Memberi pemahaman mengenai penggunaan dari E-Bisnis UMKM

## **2. GAGASAN**

### **A. KONDISI TERKINI**

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin lama semakin berkembang pesat terutama pada usaha bisnis masyarakat kalangan menengah ke bawah. Pertumbuhan usaha masyarakat kalangan mikro dan menengah hingga saat ini semakin tahun terus bertambah dan beragam jumlahnya di setiap daerah. Kota sidoarjo merupakan salah satu daerah dengan jumlah pelaku usaha masyarakat kalangan menengah atau biasa disebut usaha kecil dan menengah yang setiap tahunnya terus mengalami pertumbuhan pesat dengan corak dan ragam yang sangat bervariasi. Para UMKM di Kota selama ini masih sangat kurang mendapat dukungan dan perhatian yang intensif dari pemerintah. Hal tersebut membuat para pemilik UMKM kebingungan dalam hal mengembangkan usahanya, terlebih saat ini telah terjadi fenomena menjamurnya pasar modern di setiap kelurahan yang ada di setiap daerah, bisa kita lihat pasar modern di setiap kelurahan kurang lebih terdapat ‘pasar modern’. Dengan merebaknya pasar modern tersebut secara tidak langsung memperlambat perkembangan para UMKM disekitar. Hal tersebut membuat para pemilik UMKM berusaha ekstra keras agar usaha mereka tetap bias laku.

Salah satu platfor yang cocok digunakan sebagai patner UMKM mikro adalah SHOPEE FOOD sebagai salah satu digital marketplace terbaik di Indonesia memiliki visi misi yang besar dalam memajukan UMKM yang ada di Indonesia. Untuk mewujudkan visi misi tersebut, dibuatlah strategi komunikasi pemasaran dengan tujuan agar UMKM bisa lebih berkembang dengan menggunakan teknologi internet. Secara garis besar, strategi terdiri dari tiga tahapan. Pertama, perumusan strategi yaitu langkah-langkah yang harus dilakukan dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran. Kedua, implementasi strategi yaitu kegiatan yang dilakukan untuk menjalankan strategi tersebut. Ketiga, evaluasi strategi yaitu untuk mengukur sejauh mana strategi ini sudah berjalan. Pada penelitian ini, Aktivitas implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh SHOPPE sebenarnya semua telah berjalan sesuai rencana. Hanya saja ada faktor faktor yang menghambat, salah satunya masih banyak pemilik UMKM yang belum bisa memanfaatkan teknologi internet dengan baik. Persaingan antar sesama ecommerce yang menggunakan sistem ‘bakar duit’ juga menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik UMKM.

## **B. SOLUSI**

Permasalahan Pemerintah selama ini masih melakukan pemberdayaan antara lain pembuatan (SWK) yang dimana mereka berasumsi bahwasannya upaya tersebut merupakan wujud kepedulian pemerintah kota terhadap para pelaku UMKM. Serta pemerintah kota juga telah mengkolaborasikan SWK sendiri dengan layanan jasa antar ,ojek online dan sebagainya. Namun Upaya yang telah dilakukan masih kurang maksimal dikarenakan SWK hanya mewedahi beberapa UMKM di bidang kuliner sedangkan untuk UMKM yang lain nya masih belum terfasilitasi. Oleh karena itu disini kami selaku penggagas mempunyai ide dan masukan untuk pemerintah Kota dalam rangka pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital saat ini. E-Bisnis UMKM dengan kata lain dapat dikatakan sebagai penyelenggaraan tata kelola pemerintah secara digital (E-Government). E-Bisnis UMKM sendiri bertujuan untuk mewedahi para pelaku UMKM untuk memasarkan dan

menawarkan produk mereka dengan sistem digital atau online. E-Bisnis UMKM sendiri merupakan E-Government yang bentuk sebuah aplikasi.

Aplikasi tersebut termasuk dalam jenis aplikasi E-Commerce, dengan kata lain aplikasi tersebut merupakan pasar bersama yang mempertemukan para pemilik UMKM dengan konsumen secara online melalui aplikasi. Gagasan ini mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dimana undang-undang tersebut menekankan bahwasannya UMKM harus diberdayakan oleh pemerintah secara serius agar ekonomi para pelaku UMKM bisa terangkat. Dengan adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pemerintah baik pada tingkatan pusat maupun daerah secara tidak langsung berkewajiban untuk mengimplementasikan undang-undang tersebut. Para UMKM yang dahulunya kesulitan dalam memasarkan dan mengembangkan usahanya, dengan adanya penggunaan aplikasi E-Bisnis UMKM pada bidang pemasaran UMKM akan bisa lebih memudahkannya para pelaku UMKM dalam memasarkan usahanya secara online. E-Bisnis UMKM sendiri suatu model digitalisasi pasar para UMKM untuk memasarkan usahanya secara digital.

### **C. FAKTOR PENGIMPETASIAN**

E-Bisnis UMKM Dalam gagasan yang kami usulkan ini terdapat beberapa pihak yang berperan sebagai pemangku kepentingan maupun pihak yang mengimplementasikan aplikasi E-Bisnis UMKM, diantaranya yaitu,

1. Dinas Komunikasi dan Informasi Dinas ini berperan sebagai pembuat perancang aplikasi dari E-Bisnis UMKM, selain bertugas sebagai perancang dan pembuat aplikasi, Diskominfo juga menjadi pihak yang mempublikasikan, mengontrol, serta meningkatkan kualitas dari aplikasi.
2. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Sedangkan dinas koperasi dan usaha mikro berperan sebagai pemangku keseluruhan UMKM. Dengan demikian proses perencanaan, manajemen operasional dan evaluasi akan dilakukan oleh Diskominfo dan Dinkopum

### **D. Langkah-langkah**

E-Bisnis UMKM Adapun teknis dalam aplikasi E-Bisnis UMKM adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun para pelaku UMKM untuk dijadikan satu forum di dalam aplikasi tersebut dan difasilitasi agar mereka bisa menawarkan usaha mereka secara online.
2. E-Bisnis UMKM memiliki konsep seperti halnya E-Bisnis.
3. Fitur-fitur didalam aplikasi ini tidak jauh berbeda dengan E-Commerce pada umumnya yaitu diantaranya:
  - a) Mengelompokkan sesuai dengan jenis dan jarak..
  - b) Selain pengelompokkan jenis dan jarak didalam aplikasi ini untuk cara pemesannya ada 2 sistem.
    - Pemesanan yang pertama yaitu pesan untuk diantar atau diambil pada saat itu juga dan
    - Untuk sistem yang kedua yaitu menggunakan sistem pemesanan dengan cara menentukan waktu kapan pesanan itu diantara atau ambil, jadi konsumen bisa menentukan tanggal dan waktu pengambilan pesenan.

## **. KESIMPULAN**

E-Bisnis UMKM adalah gagasan mengenai inovasi aplikasi dalam rangka 6 pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat dipergunakan oleh pemerintah kota sebagai upaya dari implementasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Dalam UU tersebut dijelaskan bahwa Pemerintah Daerah memiliki tugas memfasilitasi serta melakukan pengembangan usaha dengan cara mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. Aplikasi tersebut diusulkan dengan melihat dan mengamati kondisi perkembangan zaman, yang dimana kini telah banyak masyarakat yang telah memanfaatkan teknologi digital. Selain itu, penggagas juga mempertimbangkan jumlah dari banyaknya pelaku UMKM saat ini, serta hambatan-hambatan yang dapat membuat UMKM menjadi sulit berkembang, salah satu hambatan tersebut adalah semakin banyaknya pasar modern. Pemangku kepentingan dari implementasi aplikasi E-Bisnis UMKM sendiri adalah Dinas Komunikasi dan Informasi daerah bersama Dinas Koperasi dan Usaha Mikro daerah. Diskominfo sendiri sebagai pihak yang mengurus keseluruhan dari hal yang menyangkut mengenai aplikasi, sedangkan Dinkopum menjadi pihak yang mengurus keseluruhan terkait UMKM. Terkait implementasi dari aplikasi tersebut sangat dan penting sekali dibutuhkan keseriusan bersama dari dinas terkait, tidak sekedar berkolaborasi semata agar pemanfaatan dari aplikasi E-commerce benar-benar maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Nbi, F. A. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing Pt Buka Lapak Dalam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Tahun 2021*.

Supangat, & Amna, A. R. (2019). Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS). *Teknika*, 8(2), 97–102.  
<https://doi.org/10.34148/teknika.v8i2.157>

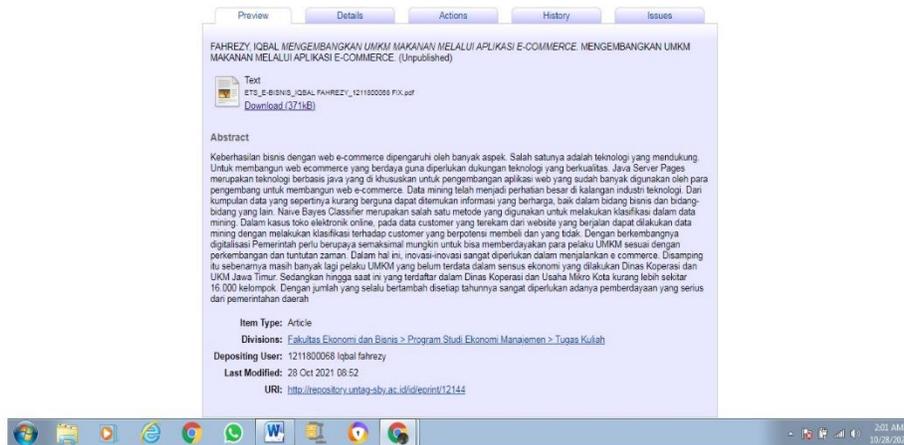
Data UMKM. (n.d.). *Retrieved from Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur*: <http://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm>

Pratama, A. M. (2020, November 09). *Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang*. Retrieved from Money Kompas: <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hinggakuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (n.d.). Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan. (n.d.).

---

# BUKTI PENGUMPULAN REPOSITORY



# BUKTI PLAGIASI

