

E-COMMERCE BAGI WIRAUSAHA MUDA YANG KREATIF DAN INOVATIF DI UNIVERSITAS PGRI SEMARANG

Muhammad Saifuddin Zuhri¹⁾, Duwi Nuvitalia²⁾, Bambang Agus Herlambang³⁾

¹⁾Pendidikan Matematika Universitas PGRI Semarang, Jl. Sidodadi Timur No. 24 Semarang Timur

²⁾Pendidikan Fisika Universitas PGRI Semarang, Jl. Sidodadi Timur No. 24 Semarang Timur

³⁾Informatika Universitas PGRI Semarang, Jl. Sidodadi Timur No. 24 Semarang Timur

Email: zuhriupgris@gmail.com,

Abstrak

E-commerce atau yang disebut internet commerce pada dasarnya mempunyai makna yang sama, yang berarti suatu cara bagi seorang konsumen membeli barang yang diinginkan secara online melalui jaringan internet. E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran / penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik. Universitas PGRI Semarang saat ini telah mempersiapkan dalam membekali mahasiswa dengan harapan lulusannya tidak lagi sebagai pencari kerja (job seeker) atau menjadi penganggur (jika tidak mendapat pekerjaan) tetapi menjadi pencipta pekerjaan (job creator). E-commerce digital market yang dikembangkan tim Ibk Universitas PGRI Semarang sistem aplikasi yang dibuat disesuaikan dengan tren yang ada saat ini dimana aplikasi dapat berjalan pada platform web service dengan tampilan yang responsif serta dapat berjalan pada platform perangkat mobile/ gadget atau smartphone untuk mempermudah transaksi bagi customer serta mempermudah pengelolaan aplikasi oleh para tenant.

Keywords: Aplikasi, E-commerce, Kewirausahaan, Kreatif, Inovatif

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki cita-cita dalam mewujudkan kemakmuran bagi masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas SDM terkait dengan bidang ilmu yang mumpuni serta memiliki karakter dan jiwa wirausaha yang tinggi. Hal tersebut dijamin dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3 menyatakan pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.

Dalam rangka ikut serta mewujudkan hal tersebut, Universitas PGRI Semarang saat ini telah mempersiapkan dalam membekali mahasiswa dengan harapan lulusannya tidak lagi sebagai pencari kerja (*job seeker*) atau menjadi penganggur (jika tidak mendapat pekerjaan) tetapi menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*). Salah satu usahanya yang dilakukan adalah menjadikan kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib, kewirausahaan merupakan mata kuliah wajib (2 sks) di Program Studi Universitas PGRI Semarang sesuai dengan pedoman akademik Universitas PGRI Semarang. Melalui mata kuliah ini mahasiswa dapat berdiskusi antar kelompok kewirausahaan dan melakukan kegiatan wirausaha secara mandiri sehingga mereka lebih luas mendapatkan pengalaman berwirausaha. Hal tersebut merupakan wujud nyata dari pihak perguruan tinggi dimana menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang konkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Wu and Wu, 2008; Suherti dan Sirine, 2011).

Berdasarkan hasil pemantauan saat ini, tidak semua usaha yang dilakukan oleh para mahasiswa berhasil dalam mengembangkan bisnisnya, hanya sebagian kecil saja yang menindaklanjuti kegiatan tersebut dengan cara berusaha dan melanjutkan usaha sendiri. Alasan utama mahasiswa tidak melanjutkan usaha karena pemasaran masih tradisional. Maka diperlukan inovasi pemasaran usaha, misalnya pemasaran mobile berbasis aplikasi online yang dapat diakses melalui web dan android. Hal tersebut cukup beralasan mengingat perkembangan teknologi informasi yang semakin maju menyebabkan manusia menginginkan segala kebutuhan dapat dicapai dengan mudah dan cepat. Sehingga diperlukan aplikasi berbasis web dan mobile dalam pengembangan usaha.

Penggunaan media komunikasi digital yang semakin canggih telah dapat merubah pola dan gaya hidup masyarakat saat ini. Perubahan tersebut salah satunya terlihat dari model transaksi penjualan dan pembelian suatu barang atau penggunaan layanan jasa, dimana semakin banyak penyedia layanan toko online yang membuat masyarakat tidak perlu lagi harus mendatangi toko untuk membeli atau melakukan transaksi jual beli dengan peyedia barang atau layanan jasa. Menyikapi hal tersebut dalam program IbK universitas PGRI Semarang , tim melakukan inovasi bagi para tenant yaitu dengan memberikan fasilitas layanan *e-commerce* digital market untuk menawarkan produk barang atau jasa dari para tenant.

E-commerce atau yang disebut *internet commerce* pada dasarnya mempunyai makna yang sama, yang berarti suatu cara bagi seorang konsumen membeli barang yang diinginkan secara online melalui jaringan internet. *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran / penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik. (Munawar, 2009). Sedangkan Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum menyebutkan bahwa : “*E - Commerce is a dynamic set of technologies, aplications, and business procces that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information*”. Bahwa *E-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. (Munawar, 2009). Dalam *E-commerce* digital market yang dikembangkan tim I_BK Universitas PGRI Semarang sistem aplikasi yang dibuat disesuaikan dengan tren yang ada saat ini dimana aplikasi dapat berjalan pada platform *web service* dengan tampilan yang responsif serta dapat berjalan pada platform perangkat mobile/ gadget atau smartphone untuk mempermudah transaksi bagi customer serta mempermudah pengelolaan aplikasi oleh para tenant.

II. METODE PENELITIAN

1. Pengumpulan Data

Beberapa langkah dilakukan dalam Pengumpulan data antara lain melalui observasi pada objek penelitian yaitu mahasiswa yang memili usaha untuk mengetahui secara langsung kendala yang dihadapi dalam hal pemasaran produk. Wawancara dilakukan dengan mahasiswa yang berwirausaha untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan solusi yang diinginkan serta studi pustaka untuk melengkapi referensi yang diperlukan.

2. Perancangan Sistem

Proses pengembangan sistem melewati beberapa tahapan mulai dari sistem direncanakan sampai dengan sistem tersebut diterapkan sesuai dengan kaidah SDLC (*System Development Life Cycle*) dengan model waterfall yaitu model yang bersifat sistematis dan berurutan dalam membangun perangkat lunak, mulai dari tahap analisis, desain,implementasi, testing, operation, dan maintenance.

3. Pengujian Aplikasi.

Prototype Aplikasi e-market yang telah dibuat kemudian dilakukan uji coba dengan metode blackbox untuk mengetahui keakuratan semua fasilitas user interface yang ada dalam aplikasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama yang dilakukan adalah mencari dan mengumpulkan kebutuhan secara lengkap kemudian dianalisis dan didefinisikan yang merupakan bagian dari *requirements analysis and definition* (analisis kebutuhan dan definisi) pada model tersebut. Pada tahap ini, tim melakukan analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional, kebutuhan fungsional meliputi kebutuhan data untuk proses input data tenant, data kategori barang tenant dan data lain yang berkaitan dengan proses yang akan diolah oleh e market dan kebutuhan informasi yang akan disajikan sedangkan kebutuhan non fungsional meliputi kebutuhan beberapa perangkat keras dan perangkat lunak yang harus dipenuhi. Adapun Perangkat keras yang dibutuhkan dalam sistem aplikasi ini adalah Komputer server dengan minimal processor Core i3 , RAM Minimal 2 GB, HDD 1 TB. Perangkat lunak yang dibutuhkan untuk pembangunan dan implementasi sistem aplikasi ini antara lain *Sistem Operasi Linux Ubuntu (server)* , Web Browser (Mozilla/Opera/Crome), *XAMPP/ WAMPP* , *Easy Case*, Ms. Visio , Notepad ++, Android, Windows 7.

Pada tahapan Integrasi dan System Testing ini dilakukan untuk mengetes data-data dan selanjutnya dengan pengetesan untuk semua data yang telah dirangkai. Adapun standarisasi dari keberhasilan program tersebut yaitu Tidak adanya kata kunci yang sama pada data base tiap-tiap table, Tidak adanya kerusakan / error pada tiap-tiap form saat dijalankan, Adanya komentar kesalahan / pesan kesalahan pada tiap-tiap form apabila melakukan kesalahan. Testing aplikasi dilakukan dengan metode blackbox menggunakan beberapa device untuk mengetahui performa dan tampilannya, hasil dari sampling test terhadap aplikasi adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil Pengujian Black Box

Kasus dan Hasil Pengujian			
Data Masukan	Yang diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Menginput User	User sebelumnya telah terdaftar di sistem.	Dapat memilih bagian akses sesuai dengan kata sandi yang diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak
Klik tombol login	Data masuk kedalam sistem sesuai dengan segmentasinya.	Tombol login berfungsi sesuai dengan data yang di inputkan	[X] Diterima [] Ditolak
Tombol Close	Keluar dan Membatalkan proeses	Tombol Close	[X] Diterima [] Ditolak
Kasus dan Hasil Pengujian (Data Salah)			
Data Masukan	Yang diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Menginput User	Input User sebelumnya belum terdaftar di sistem	User tidak dapat login dan text box kosong	[X] Diterima [] Ditolak

Pada tahapan Operation dan Maintenance dilakukan perbaikan beberapa bug dan mengulang proses pengembangan hingga produk bisa berjalan.



Gambar 1: Halaman Utama

Gambar tampilan diatas merupakan halaman utama dari e-market, dalam halaman utama yang telah disesain terlihat bebrapa menu kategori produk yang dapat dipilih oleh user, produk-produk kategori terpopuler, preview gambar produk untuk mempermudah pembeli melihat barang yang ada dalam e-market UPGRIS. Tombol untuk login registrasi tenant dan user melakukan transaksi pembelian tersedia dalam halaman utama ini. Setelah melakukan login bagi tenant diwajibkan untuk melukan verifikasi untuk dapat mengelola beberapa halaman antara lain pengelolaan iklan produk.



Gambar 2: Halaman Dashboard Tenant

Halaman diatas merupakan halaman dashboard bagi tenan, dalam halaman ini tersedia bebrapa menu antara lain tambah iklan/produk,daftar produk,daftar favorit, riwayat point, penukaran point dan daftar diskusi.

IV. KESIMPULAN

Aplikasi berbasis e-commerce dapat dimanfaatkan mahasiswa yang memiliki usaha untuk memasarkan dan mengenalkan produk-produknya. Dengan aplikasi mahasiswa dapat melakukan transaksi secara langsung dengan

konsumen secara cepat dan mudah. Aplikasi yang dibangun dapat berjalan pada platform web dan mobile sehingga baik tenant (mahasiswa wirusaha) dan konsumen dapat mengakses dan melakukan transaksi lebih cepat.

VI. REFERENSI

- [1] Departemen Pendidikan Nasional. 2003. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: Depdiknas
- [2] Hidayat, Taufik, 2008, *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Mediakita, Jakarta
- [3] Munawar, Kholil. 2009. E-commerce. <http://staff.uns.ac.id>.
- [4] Suharti, Lieli dan Sirine, Hani. 2011. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (*Entrepreneurial Intention*). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.13, No. 2, September 2011: 124-134
- [5] Turban Efraim, R. Kelly rainer, jr. dan Richard E. Potter. 2006. *Pengantar Teknologi Informasi*, edisi 3. Salemba Infotek. Jakarta
- [6] Whitten, J. L., L. D. Bentley, dan K. C. Dittman, 2007, *System Analysis And Design Methods*, Edisi Ke-7, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- [7] Wong, Jony, 2010, *Internet Marketing for Beginners*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- [8] Wu, S. & Wu, L. 2008. The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4): 752–774.