

Sistem E-Commerce Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Winarno

Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi

Universitas Multimedia Nusantara

E-mail:

pmwinarno@umn.ac.id

ABSTRAK

Menurut data yang dilansir oleh www.statista.com transaksi dagang secara online (e-commerce) setiap tahun terus bertumbuh dengan laju 15 – 20 persen per tahun. Pada tahun 2013 nilai transaksi e-commerce mencapai 1.233 milyar dollar AS, dan tahun 2014 ini diperkirakan akan mencapai 1.471 milyar dollar AS, atau meningkat 19,3 persen. Sedangkan untuk tahun 2015, diperkirakan mencapai 1.700 milyar Dollar AS, dan pada tahun 2018 diprediksi mencapai 2.356 milyar Dollar AS. E-commerce di Indonesia sendiri pun memperlihatkan gambaran yang tidak kalah menggembirakan. Pada tahun 2011 nilai e-commerce di Indonesia mencapai 0,9 milyar Dollar AS, dan pada tahun 2015 diperkirakan akan mencapai 10 milyar Dollar AS. Dengan prospek tersebut di atas, maka pengembangan sistem e-commerce di Indonesia merupakan keharusan, karena akan dapat menumbuh-kembangkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan merancang bangun sistem E-Commerce bagi UMKM, sehingga memudahkan para pengelola UMKM untuk memulai sistem E-Commerce, baik secara kelompok maupun individual perusahaan. Sebagai prototipe, telah berhasil dibuat sistem E-Commerce bagi UMKM yang telah di-hosting di Internet, dengan nama umkmoke.com. Adapun sistem e-commerce UMKM ini mencakup produk-produk fashion, kerajinan tangan, mainan, kuliner. Selain menu terkait dengan keempat kelompok produk tersebut, disediakan juga fitur-fitur yang akan memudahkan transaksi oleh para pengunjung, yaitu login bagi user, registrasi, hubungi kami, menu cari, keranjang belanja, artikel, produk baru, populer, dan terlaris, informasi dan Akun Saya.

Kata Kunci; UMKM, E-Commerce

ABSTRACT

According to the data released in www.statista.com online transactions or e-commerce have growth rate 15 – 20 percents per year. In 2013 e-commerce transaction value reached US\$1 233 billion, and in 2014 the transaction value reached US\$1 471 billion, or increased 19.3 percents. Mean while in 2015, it is predicted to reach US\$1700 billion, and furthur in 2018 will reach US\$2 356 billion. E-commerce in Indonesia also shows prospective figures. In 2011 e-commerce transaction value reached US\$0.9 billion,, and will reach US\$10 billion in 2015. By this prospective figures, developing e-commerce system in Indonesia is a must, especially to develop the small and medium enterprises (SMEs). This research aimed to build E-Commerce system for SMEs, to facilitate SMEs managers to start its e-Commerce system, either in collective ways, or individuals. As a prototype, it had been built an E-Commerce system for the SMEs hosted in Internet with the domain name umkmoke.com. The e-commerce system for

SMEs covered products categories of fashion, handycraft, children toys, and culinaries. Other than those products categories, the system is also provide features such as user login, registration, contact us, search menu, shopping cart, articles, new products, popular, and best buy, Information, and my account.

Keywords: e-commerce, SMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan Tiang Penyangga (Soko guru) perekonomian di Indonesia, selain perusahaan besar, dan UMKM, UMKM dipandang memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia, karena dapat meningkatkan kesejahteraan para pelakunya. Pada dasarnya UMKM didirikan dengan semangat kewirausahaan dari para pelaku usaha. Seiring dengan perkembangan jaman, layanan produk dan jasa UMKM perlu ditingkatkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini tentu saja akan semakin meningkatkan produktivitas dan peranan UMKM di masyarakat. Menurut data statistik, di Indonesia terdapat 50 juta UMKM yang berada dalam kondisi aktif.

Untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM, maka UMKM perlu melengkapi diri dengan sistem e-commerce, sehingga UMKM tersebut dapat memperluas jaringan pemasaran yang lebih luas, mulai dari tingkatan lokal, propinsi, nasional hingga ke tingkatan internasional. Untuk itu perlu dilakukan penelitian yang bertujuan mengembangkan sistem e-commerce bagi UMKM.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian UMKM

Undang-undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bab IV Pasal 6 menyatakan bahwa:

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

(4) Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

Selanjutnya dalam BAB V Pasal 7 tentang PENUMBUHAN IKLIM USAHA, dinyatakan bahwa:

(1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek:

- a. pendanaan;
- b. sarana dan prasarana;
- c. informasi usaha;
- d. kemitraan;
- e. perizinan usaha;
- f. kesempatan berusaha;
- g. promosi dagang; dan
- h. dukungan kelembagaan.

(2) Dunia Usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif membantu menumbuhkan Iklim Usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Dan Pasal 10 menyatakan bahwa Aspek informasi usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf c ditujukan untuk:

- a. membentuk dan mempermudah pemanfaatan *bank data dan jaringan informasi bisnis*;
- b. mengadakan dan menyebarluaskan informasi mengenai pasar, sumber pembiayaan, komoditas, penjaminan, desain dan teknologi, dan mutu; dan
- c. memberikan jaminan transparansi dan akses yang sama bagi semua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atas segala informasi usaha.

Dan dalam penjelasan mengenai Pasal 10 Huruf (a) tersebut, dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan “bank data dan jaringan informasi bisnis” adalah berbagai pusat data bisnis dan sistem informasi bisnis yang dimiliki pemerintah atau swasta.

Ideologi Ekonomi kerakyatan adalah suatu strategi untuk menghilangkan dampak negatif ekonomi pasar yang eksploitatif dengan jalan mengikutsertakan partisipasi seluruh anggota masyarakat dalam memecahkan persoalan masyarakat itu sendiri dan secara merata membangun kemampuan rakyat agar mampu menciptakan kesejahteraan bagi dirinya sendiri, dalam bentuk investasi/permodalan maupun sumber daya pendidikan keterampilan dan penyediaan alat-alat produksi.

Paradigma keadilan yaitu pemerataan dalam pembangunan ekonomi kerakyatan bukan berarti meratakan dan membagi rata hasil produksi, tetapi meratakan kesempatan dan kemampuan memproduksi. Ini berarti bukan meratakan pendapatan (income), tetapi meratakan alat-alat produksi dan segala sesuatu yang *memberikan kesempatan kepada rakyat untuk berpartisipasi aktif dalam produksi.*

Berdasarkan hasil Focus Group Discussion Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro di Jakarta, 27 – 29 Mei 2008, diperoleh data bahwa :

- Pada Usaha Mikro ada *economically active poor* yang masih sulit mendapat akses ke micro-banking. Hanya 9% yang dilayani Bank umum dan baru 3% yang dilayani BPR.
- Di perbankan ada dana *idle* Rp. 260 Trilyun, belum produktif disalurkan ke sektor riil, dan disimpan dalam Sertifikat Bank Indonesia (SBI) dengan beban bunga sekitar Rp. 20 T / tahun.
- Diperlukan *linkage* Lembaga Keuangan Mikro (LKM) non-bank dengan perbankan
- Diperlukan kebijakan nasional terintegrasi tentang tata cara pemantapan sasaran, perbaikan mekanisme penyampaian untuk meningkatkan efektifitas institusi pemerintah tanpa distorsi pasar yang berlebihan.

Amanah UUD 1945 menyampaikan bahwa **Pasal 33** “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. **Pasal 34** ”*Fakir miskin dan anak-anak yang terlantar dipelihara oleh negara* **Pasal 27** “ *Setiap Warga Negara Berhak Mendapat Pekerjaan dan Penghidupan Yang Layak Bagi Kemanusiaan*”

Demikian pula UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah BAB II tentang ASAS DAN TUJUAN, Pasal 2 menyatakan: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasaskan:

- a. kekeluargaan;
- b. demokrasi ekonomi;
- c. kebersamaan;
- d. efisiensi berkeadilan;
- e. berkelanjutan;
- f. berwawasan lingkungan;
- g. kemandirian;
- h. keseimbangan kemajuan; dan
- i. kesatuan ekonomi nasional.

Sedangkan Pasal 3 menyatakan: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

UMKM Di Indonesia

Menurut Sembiring (2008), di Indonesia terdapat 49,8 juta UMKM, yang merupakan 99,99% dari seluruh perusahaan di Indonesia.

Dalam pembahasan Millennium Development Goal bahwa kemiskinan merupakan masalah serius dan menjadi isu global, sehingga menjadi salah satu sasaran penting dalam pembangunan milenium dengan target menurunkan penduduk miskin menjadi setengahnya tahun 2015. Sedangkan strategi penanggulangan kemiskinan yang dilakukan pemerintah selama ini lebih banyak berorientasi kepada pemberian bantuan dana atau material yang cuma-cuma atau kredit dengan kurang disiplin dan dikelola secara pendampingan dan berkesinambungan serta berkelanjutan dibanding dengan upaya pemberdayaan (*Empowering*) dengan membangun inisiatif masyarakat untuk menanggulangi kemiskinan dengan cara mereka sendiri.

Selain itu kemiskinan bersifat kompleks dan bermatra ganda (Multidimensional), tidak dapat hanya dibebankan kepada pemerintah, tetapi harus menjadi tanggung jawab semua masyarakat termasuk UMKM, Perusahaan, BUMN maupun Penanam Modal.

Masyarakat miskin sangat berkaitan erat dengan para pelaku usaha mikro dan kecil. Hal ini dikarenakan pelaku usaha mikro dan kecil dalam kaitan produksinya banyak menggunakan sumberdaya manusia maupun sumberdaya alam lokal, selain itu dalam data BPS bahwa di Indonesia dan hampir seluruh wilayah sangat banyak memiliki potensi jumlah pelaku usaha mikro dan kecil dan rata-rata seluruh wilayah industri besarnya hanya ada di kisaran 1% dan industri menengahnya paling banyak ada dikisaran 10% sampai 13 %

Tabel 1.
Perbandingan kontribusi usaha mikro, kecil, menengah dan besar bagi perekonomian Indonesia

Uraian	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Usaha Besar
Potensi Usaha	98,90%	1,01%,	0,08%	0,01%
Penyerapan Tenaga Kerja	89,30%	4,26%	3,48%	2,96%
Investasi	8,39%	20,69%	23,81%	47,11%
Product Domestic Bruto (PDB)	32,05%	10,08%	3,43%	44,44%
Ekspor Non Migas	2,22%	4,85%	13,10%	79,83%

Sumber: BPS dan Kemenkop, 2009.

Melihat latar belakang perekonomian di Indonesia sebagaimana di atas, maka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dan perlu ditingkatkan peran dan kinerjanya dalam rangka pemberdayaan masyarakat miskin dan pengembangan ekonomi kerakyatan di berbagai wilayah. Hal ini terbukti dari data

Kementerian UMKM Usaha Mikro Kecil Menengah dan BPS Tahun 2009 menunjukkan potensi strategis UMKM sebagaimana dalam Gambar 1 dan Tabel 1.

Gambar 1.
Gambaran umum UMKM di Indonesia, tahun 2009

DEFINISI	PERAN DALAM PEREKONOMIAN
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kekayaan Bersih/th > Rp10 M, atau ▪ Hasil Penjualan > Rp50 M 	<ul style="list-style-type: none"> • Unit usaha ±4.372 unit (0,01%) • Sumbangan terhadap: <ul style="list-style-type: none"> ✓ TK 2,96% ✓ PDB 44,44% ✓ Ekspor non migas 79,83% ✓ Investasi 47,11%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kekayaan Bersih/th > Rp500 juta s.d. Rp10 M, atau ▪ Hasil Penjualan > Rp2,5 M s.d. Rp50 M 	<ul style="list-style-type: none"> • Unit usaha ± 39.657 unit (0,08%) • Sumbangan terhadap: <ul style="list-style-type: none"> ✓ TK 3,48% ✓ PDB 3,43% ✓ Ekspor non migas 13,10% ✓ Investasi 23,81%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kekayaan Bersih/th > Rp50 juta s.d. Rp500 juta, atau ▪ Hasil Penjualan > Rp300 juta s.d. Rp2,5 M 	<ul style="list-style-type: none"> • Unit usaha ± 520.221 unit (1,01%) • Sumbangan terhadap: <ul style="list-style-type: none"> ✓ TK 4,26% ✓ PDB 10,08% ✓ Ekspor non migas 4,85% ✓ Investasi 20,69%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kekayaan Bersih/th < Rp50 juta, atau ▪ Hasil Penjualan < Rp300 juta 	<ul style="list-style-type: none"> • Unit usaha ± 50.697.659 unit (98,90%) • Sumbangan terhadap: <ul style="list-style-type: none"> ✓ TK 89,30% ✓ PDB 32,05% ✓ Ekspor non migas 2,22% ✓ Investasi 8,39%

Sumber: BPS & Kemenkop UKM, 2009

Berdasarkan data di atas masih tampak bahwa pengembangan UMKM terutama pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang potensinya cukup besar, belum mendapat perhatian secara serius baik dari berbagai pihak, sehingga dengan adanya Akses Ekonomi Global dengan Kondisi kekuatan UMKM masih lemah dan sangat terbatas di berbagai permasalahan modal maupun produksi, maka UMKM semakin berat dan terpuruk dengan adanya akses pangsa pasar global karena banyaknya produk impor yang lebih menguasai pangsa pasar di Indonesia. Menurut Machmud dan Siregar (2010) permasalahan yang dihadapi oleh UMKM diantaranya :

- Rendahnya dan Terbatasnya permodalan serta akses terhadap sumber-sumber permodalan dari luar maupun perbankan.
- Volume dan nilai usaha relatif kecil,
- Manajemen sederhana dan tidak tertulis,
- Rendahnya SDM dalam kemampuan mengelola baik teknis maupun administrasi,
- Unit usaha yang tidak otonom
- Tingkat *drop out* relatif tinggi,
- Ketiadaan atau rendahnya kepemilikan jaminan atau *collateral*,
- Sulitnya persyaratan kredit yang ketat yang diberikan oleh perbankan,
- Pelaku Usaha Mikro dan Kecil berada di tingkat Desa atau Kecamatan,

- Proses Produksi relatif banyak menggunakan sumber daya lokal seperti hasil pertanian, peternakan atau industri kecil,
- Teknologi yang digunakan sangat sederhana dan rata menggunakan tenaga kerja manusia.

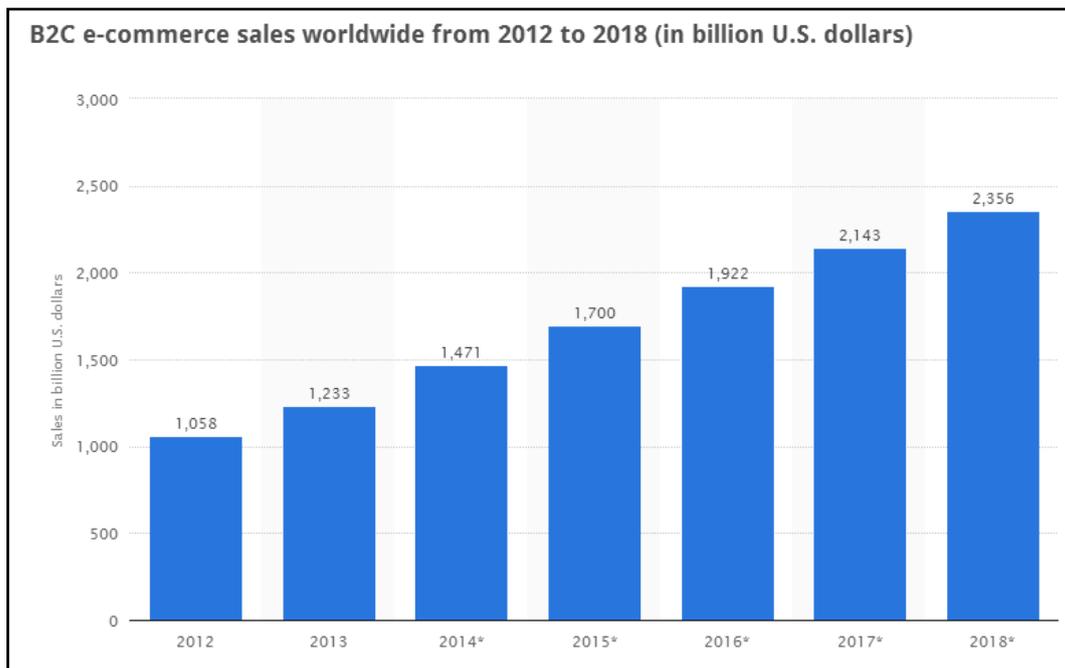
Sistem

Menurut Jogiyanto (2008) dan Kadir (2002), suatu sistem dapat didefinisikan sebagai kumpulan komponen yang saling berhubungan yang membentuk satu kesatuan untuk mencapai tujuan tertentu.

Tren E-Commerce

Menurut data yang dilansir oleh www.statista.com e-commerce atau transaksi dagang secara online setiap tahun terus bertumbuh dengan laju 15 – 20 persen per tahun. Pada Gambar di bawah ini diperlihatkan laju pertumbuhan transaksi bisnis melalui e-commerce seluruh dunia dari tahun 2012 hingga prediksi tahun 2018. Pada tahun 2013 nilai transaksi e-commerce mencapai 1.233 milyar dollar AS, dan tahun 2014 ini diperkirakan akan mencapai 1.471 milyar dollar AS.

Gambar 2.
Pertumbuhan penjualan melalui e-commerce seluruh dunia

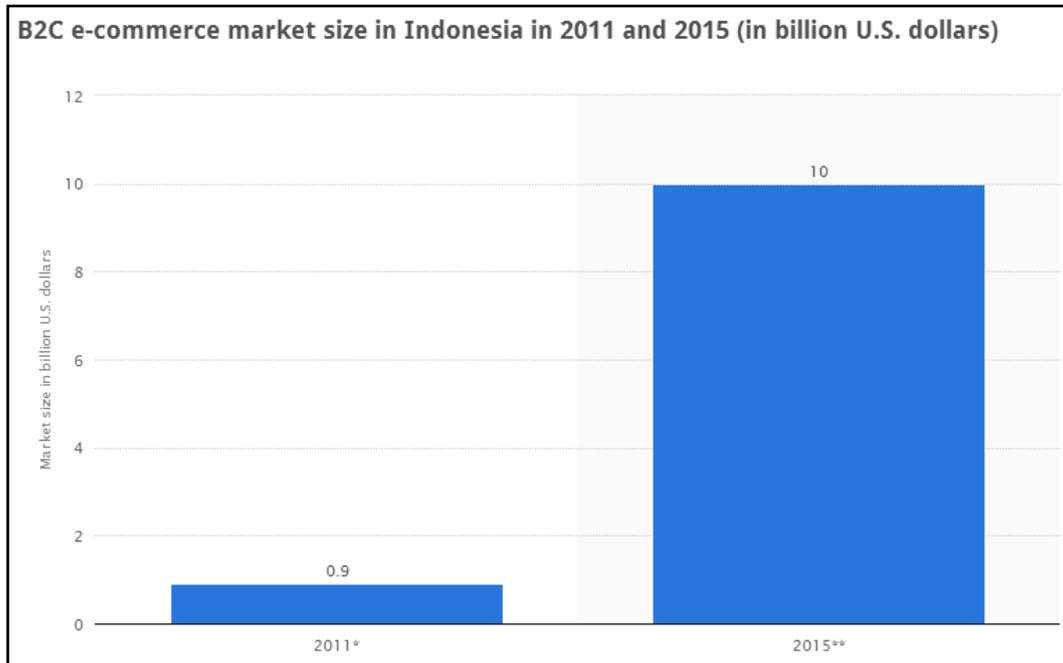


Sumber: www-statista.com.

Sedangkan e-commerce di Indonesia sendiri pun memperlihatkan gambaran yang tidak kalah mengembirakan. Pada tahun 2011 nilai e-commerce di Indonesia mencapai 0,9 milyar Dollar AS, dan pada tahun 2015 diperkirakan akan mencapai 10 milyar Dollar AS, seperti yang ditunjukkan oleh gambar di bawah ini. Hal ini berarti

bahwa e-commerce di Indonesia tumbuh dengan laju di atas 25 persen.

Gambar 3.
Pertumbuhan penjualan melalui e-commerce di Indonesia



Sumber: www.statista.com

Dengan prospek tersebut di atas, maka pengembangan sistem e-commerce di Indonesia merupakan keharusan, karena akan dapat menumbuh-kembangkan usaha mikro kecil dan menengah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang ditempuh dalam pengembangan sistem e-commerce ini adalah mengikuti system development life cycle (SDLC) seperti dipaparkan Menurut Roger S. Pressman (2003), sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan Sistem. Dalam Tahap analisis sistem ini, menurut Jogiyanto (2001), dan Jeffry (2005) dilakukan survai dan wawancara (Kristaung, 2011) kebutuhan dengan pihak pemakai, dalam hal ini adalah pemakai sistem e-commerce bagi UMKM.
2. Perancangan / Desain Sistem. Dalam Tahap perancangan atau desain sistem ini akan dilakukan desain tampilan sistem atau interaksi antara manusia dan mesin (Santoso, 2004) serta desain database dari sistem (Rob, 2002) (Ramakrishnan, 2003) (Sutanta, 2004) (Suja, 2005) (Sidik, 2003).
3. Pemrograman Sistem. Dalam Tahap pemrograman sistem ini dilakukan penulisan program komputer berbasis web (Suja, 2005) yang merealisasikan rancangan tersebut di atas.

4. Pengujian Sistem. Dalam Tahap pengujian sistem ini dilakukan pengujian atas program yang telah dibuat di atas, untuk mengetahui apakah program sudah berjalan seperti yang dikehendaki.
5. Implementasi Sistem. Dalam Tahap Implementasi sistem ini selanjutnya data produk UMKM di-input-kan ke dalam sistem, dan selanjutnya sistem diunggah ke Web Server.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebutuhan

Berdasarkan analisis kebutuhan, maka diperoleh fitur-fitur yang perlu ada dalam model sistem e-commerce UMKM yaitu:

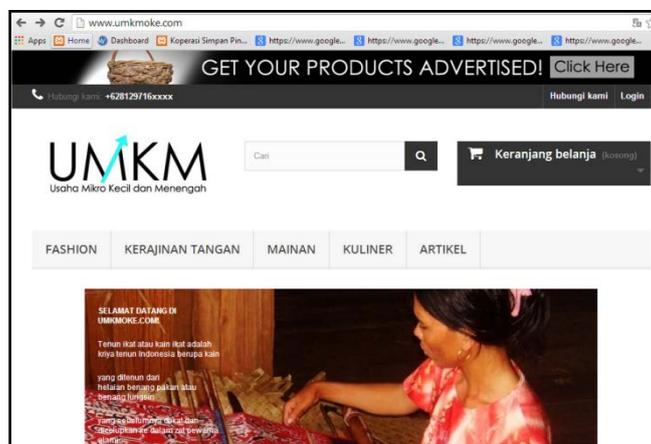
1. Tampilan halaman muka Website dengan navigasi yang baik (*user friendly*) dan indah
2. Informasi yang *up-to-date* dan selalu di-*update* secara rutin
3. Adanya menu-menu yang jelas, terdiri dari:
 - a. **Login** : Yaitu menu untuk melakukan Login masuk ke dalam sistem.
 - b. **Hubungi Kami**: Yaitu menu Layanan Pelanggan, khususnya apabila ada pelanggan yang menghadapi masalah dalam bertransaksi, misalnya barang rusak, barang belum sampai, dan sebagainya.
 - c. **Menu Cari**: Berfungsi membantu pengunjung untuk mencari produk dan nama perusahaan UMKM.
 - d. **Keranjang Belanja**: Berfungsi untuk menampung barang-barang yang akan dibeli.
 - e. **Fashion**: Berisi informasi kelompok produk di bidang Fashion. Pembeli yang berminat membeli produk Fashion dapat masuk ke menu ini.
 - f. **Kerajinan Tangan**: Berisi informasi kelompok produk di bidang Kerajinan Tangan. Pembeli yang berminat membeli produk Kerajinan Tangan dapat masuk ke menu ini.
 - g. **Mainan**: Berisi informasi kelompok produk di bidang Mainan. Pembeli yang berminat membeli produk Mainan dapat masuk ke menu ini.
 - h. **Kuliner**: Berisi informasi kelompok produk di bidang Kuliner. Pembeli yang berminat membeli produk Kuliner dapat masuk ke menu ini.
 - i. **Artikel**: Berisi artikel-artikel seputar UMKM, Kewirausahaan, Kiat Sukses Usaha, pengetahuan tentang berbagai bidang ilmu.
 - j. **Produk Baru**: Menampilkan gambar produk-produk terbaru.
 - k. **Populer**: Menampilkan produk-produk yang populer.
 - l. **Terlaris**: Menampilkan produk-produk yang paling laris pada saat itu

- m. **Informasi:** Menampilkan informasi mengenai Diskon, Produk Baru, Terlaris, Toko Kami, Hubungi Kami, Pengiriman Barang, Tentang Kami, Pembayaran, Sitemap.
- n. **Akun Saya:** Menampilkan aktivitas seorang pelanggan, berisi Daftar Pembelian, Slip Kredit, Alamat Saya, Informasi Akun.

Hasil Pemrograman

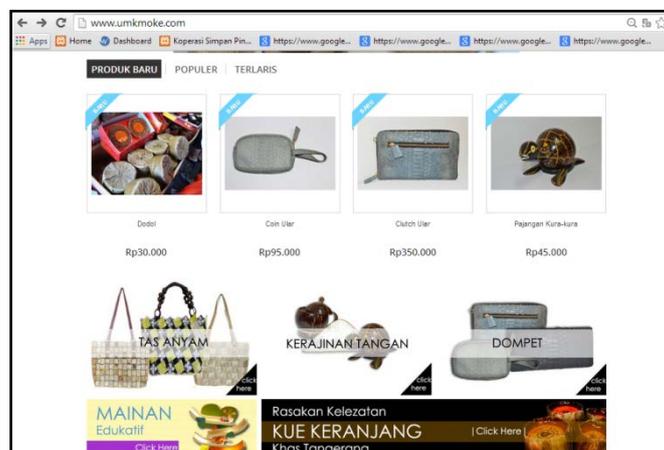
Dari hasil analisis kebutuhan dan desain sistem, maka dilakukan pemrograman yang menghasilkan tampilan website sebagai berikut:

Gambar 4
Contoh tampilan halaman muka model sistem e-commerce untuk UMKM
(www.umkmoke.com)



Gambar 4 menampilkan menu Home yang pertama kali muncul ketika website umkmoke.com diakses oleh pengunjung. Selanjutnya pengunjung dapat meng-klik menu-menu yang tersedia. Apabila ingin melakukan transaksi, maka pihak pengunjung harus melakukan registrasi terlebih dahulu.

Gambar 5
Contoh tampilan Menu Produk Baru



Gambar 5 memperlihatkan tampilan menu Kerajinan Tangan. Setelah menu Kerajinan Tangan di-klik, maka akan muncul berbagai macam produk kerajinan tangan. Calon pembeli dapat meng-klik produk yang diinginkan untuk diorder. Selanjutnya produk yang diorder tersebut akan masuk dalam Keranjang Belanja.

PEMBAHASAN

Mekanisme pembayaran dalam sistem e-commerce ini masih menggunakan mekanisme transfer melalui ATM. Hal ini karena pada umumnya UMKM belum memahami mekanisme pembayaran melalui kartu kredit atau e-cash, e-money, atau paypal. Selain itu, mekanisme pembayaran tersebut juga menimbulkan beban biaya, berupa fee pengelolaan pembayaran yang dapat mencapai sepuluh persen atau lebih. Hal ini akan dirasakan sebagai cukup memberatkan bagi pihak pengelola UMKM.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem e-commerce bagi UMKM telah berhasil dibuat. Adapun sistem e-commerce UMKM ini mencakup produk-produk fashion, kerajinan tangan, mainan, kuliner. Menu-menu lain yang disertakan adalah menu Login bagi user, Registrasi, Hubungi Kami, menu Cari, Keranjang Belanja, Artikel, Produk Baru, Populer, Terlaris, Informasi, dan Akun Saya.

Dengan adanya model sistem e-commerce ini, maka UMKM dapat menerapkan sistem e-commerce untuk pengembangan usahanya, khususnya untuk membantu usaha mikro kecil dan menengah untuk memasarkan produk dan jasanya ke jangkauan pasar yang lebih luas, meliputi wilayah kota/kabupaten, provinsi, nasional dan bahkan internasional.

Pada saat ini transaksi dagang dengan menggunakan sistem e-commerce tengah mengalami pertumbuhan yang pesat, yakni sekitar 15-20 persen di tingkat dunia, bahkan lebih besar lagi untuk Indonesia, yaitu 25 persen. Dengan demikian sistem e-commerce memiliki prospek yang cerah untuk mendukung perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- _____, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- B2C e-Commerce Sales. www.statista.com. Accessed August 21, 2014, at 08:14.
- Jeffry, L., Whitten, Lonnie D. Bentley, Kevin C. dan Dittman. (2005). *System Analyst and Design Methods 7th*. Singapore, McGraw-Hill.
- Jogiyanto. (2001). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Kadir, Abdul. (2002). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta, Andi Offset.

-
- Kristaung, Robert. (2011). *Metodology Penelitian Sistem Informasi dan Manajemen Informatika*. Jakarta, Mitra Wacana Media.
- Machmud, T. M. Z. and R. N. Siregar. (2010). *Small and Medium Enterprises in Regional Production Networks: An Indonesian Case*, in Vo, T. T., D. Narjoko and S. Oum (eds.), *Integrating Small and Medium Enterprises (SMEs) into the More Integrate East Asia*. ERIA Research Project Report 2009-8, Jakarta: ERIA. pp. 334-373.
- Pressman, Roger S. (2003). *Rekayasa Perangkat Lunak : Pendekatan Praktisi. Buku Satu*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Ramakrishnan, Raghu dan Gehrke, Johannes. (2003). *Database Management System*. Singapore, McGraw-Hill.
- Rob, Peter dan Coronel, Carlos. (2002). *Database Systems. Design, Implementation, and Management*. United States of America, Course Technology – Thomson Learning.
- Santoso, Insap. (2004). *Interaksi Manusia dan Komputer*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Sembiring, Meliadi. (2008). *SMEs Growth and Development In Indonesia*. Paper in Joint Regional Workshop on SME Development and Regional Economic Integration. 22 – 26 September 2008. Tokyo, Japan.
- Sidik, Betha. (2003). *MySQL untuk Pengguna, Administrator dan Pengembang Aplikasi Web*. Bandung, Informatika.
- Suja, Iman. (2005). *Pemograman SQL dan Database Server MySQL*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Sutanta, Edhy. (2004). *Sistem Basis Data.*, Yogyakarta, Graha Ilmu.