



Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan ke-3 2019

Tema : "Peran Ilmu Pengetahuan Dalam Pembangunan Di Era Revolusi Industri 4.0 Berdasarkan Kearifan Lokal"
Hotel Antariksa Kisaran , 29 Agustus 2019

PEMODELAN *DIRECT SELLING* PRODUK DAN JASA HASIL KUBE DI KECAMATAN KISARAN TIMUR

Wanayumini¹⁾, Harmayani²⁾

Teknik Informatika, Universitas Asahan

E-Mail : wanayumini@yahoo.co.id , baakamik@yahoo.co.id

ABSTRAK

Produk dan jasa dihasilkan oleh pabrikasi atau home industri untuk kalangan industri menengah, kini industri sudah merambah sampai ke rumah – rumah warga yang melakukan usaha menengah ke bawah di tengah tengah masyarakat. Diantaranya seperti kedai kelontong , kedai makanan siap saji seperti nasi goreng atau pecal, tidak terlepas produk dan jasa di hasilkan oleh kelompok masyarakat usaha bersama yang biasa di kenal deng singkatan KUBE. Kelompok ini bergabung di karenakan tidak hanya karena modal yang kecil juga di karenakan pelaksanaan yang membutuhkan banyak orang dalam memproduksi barang dan jasa, tidak jarang di desa dan kelurahan mereka menjadi masyarakat komunitas untuk memiliki kegiatan positif sampai dapat meningkatkan penghasilan keluarga secara mandiri. Direct Selling diharapkan dapat memetakan hasil produk barang dan jasa dari hasik Kube, sehingga selanjutnya dapat dilakukan promosi bersama dalam satu perangkat yang di dalamnya dapat melakukan pembayaran scara digital sehingga tidak membutuhkan bentuk pembayaran tunia. Namun dalam ukuran tertentu pemilik wang digital dapat memngubahnya dalam rekeniing perbangkan yang di daftarkan sebagai peserta Aplikasi Direct Selling Kelompok Masyarakat Usaha Bersama. Produk Barang dan Jasa dari kube tidaklah harus di nikmati atau di jual beli dalam komunitas Aplikasi Direct Selling tertentu, peserta pembeli dapat juga melakukan transaksi diluar dari peserta Aplikasi. Namun untuk menjaga kestabilan Produk Barang dan Jasa Aplikasi lebih mengutamakan kepada kepemilikan ke anggotaan Khusus dari pada Peserta dari Luar komunitas.

Kata kunci : Barang , jasa, Penjualan, Komunitas, Langsung.

ABSTRACT

Products and services produced by manufacturing or home industries for middle-class industries, industries that have existed now until the homes of residents who make low-middle businesses in the midst of middle society. Among them like a grocery shop, ready-to-eat food stalls such as fried rice or pecal, can not be separated from products and services produced by groups of joint venture communities commonly known as KUBE. This group joined because not only because of the small capital also because of the implementation that requires a lot of people in producing goods and services, there is no need in their villages and villages to become community communities to have positive activities to be able to independently raise families. Direct Selling is expected to be able to map the results of goods and services from Kube hasik, so that further promotion can be carried out together in one of the devices provided to make digital payments so that no form of payment is required. However, in a certain measure the owner of the digital money can change it in the rekeniing of banking which is registered as a participant in the Direct Selling Community Joint Business Group Application. Products and services from the kube must be enjoyed or purchased in the Direct Sales Application community, buyer participants can also make transactions outside of the Application participants. However, to buy stability, Product Products and Application Services prioritize special interests for urban participants than special participants.

Keywords: Goods, services, Sales, Community, Direct.



I. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha, kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan kepuasan pada konsumen. Adanya keberadaan akan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen sudah sangat banyak. Para penyedia produk dan jasa seakanakan berlomba untuk berusaha menjadi yang terbaik dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. (Ika, 2008).

Beberapa produk dan jasa yang dihasilkan oleh KUBE menjadi kendala dalam proses pemasarannya dikarenakan keterbatasannya pengetahuan anggota KUBE tentang pemasaran, sehingga menjadi berlebihan produk hasil dan jasa dari KUBE tidak berjanjian dengan lancar. Diantar produk dan jasa KUBE seperti bahan baku mentah untuk makanan cemilan yaitu Ubi kayu, Ubi jalar, Pepaya, Kelapa dan banyak lagi untuk di olah menjadi cemilan, produk setengah jadi dengan tangan yang memiliki kreativitas tinggi memiliki varian atau jenis makanan yang baru dan baik untuk di pasarkan. Begitu juga dalam bidang jasa yang di miliki oleh masyarakat diantaranya jasa pembuatan batu bata, kosen, pintu, jendela dan wedding organizer dengan kesesuaian pesanan sehingga pelanggan terpuaskan.

Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli

suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik. Keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis tidak hanya dipengaruhi oleh sistem penjualan saja tetapi juga didukung oleh kualitas produk yang baik. (Purnamasari, 2015).

II. METODOLOGI PENELITIAN

Produk adalah Dalam pengertian secara umum, produk dapat diartikan secara ringkas sebagai setiap hal yang mampu memenuhi dan juga memuaskan kebutuhan atau pun keinginan manusia, baik yang memiliki wujud (tangible) maupun yang tidak berwujud (intangible). Dalam pengertian yang luas, produk merupakan sekelompok sifat yang berwujud maupun tidak berwujud yang didalamnya memuat harga, warna, kemasan, prestise pengecer, prestise pabrik, serta pelayanan yang diberikan oleh produsen dan pengecer kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kepuasan konsumen atas apa yang diinginkannya. Dalam pengertian yang sempit, produk merupakan sekumpulan sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam sebuah bentuk serupa dan telah dikenal.

Jenis – jenis Produk

Secara umum, produk dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu produk konsumsi dan produk industri.

1. Produk Konsumsi

Produk Konsumsi merupakan setiap produk yang digunakan oleh



konsumen akhir. Dalam hal ini, produk yang dibeli akan dikonsumsi / digunakan secara langsung dan tidak akan dijual atau pun dibisniskan kembali oleh orang yang bersangkutan.

2. Produk Industri

Produk Industri merupakan setiap produk yang sengaja dibeli sebagai bahan baku atau pun sebagai barang yang diperdagangkan kembali oleh pembelinya. Dalam hal ini, produk yang dibeli akan dibuat menjadi produk lain atau pun dijual kembali dengan tujuan mencari keuntungan.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. (Kotler.2014:7)

Penjualan langsung adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pembeli dan membentuk pemahaman pembeli terhadap produk sehingga kemudian konsumen akan mencoba dan membelinya. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan dengan penjualan langsung memiliki aspek-aspek penjualan langsung, yaitu:

- a. Keahlian berdagang. Penjual harus memiliki pengetahuan tentang produk dan menguasai seni menjual, seperti cara mendekati pelanggan, memberikan presentasi dan demonstrasi, mengatasi penolakan pelanggan dan mendorong pembelian.
- b. Negosiasi. Penjual harus mempunyai kemampuan untuk

bernegosiasi tentang syarat-syarat penjualan.

- c. Pemasaran hubungan. Penjual harus melakukan komunikasi hubungan antar manusia yang efektif dengan mengetahui setiap karakter individu yang ditemui. Ragam latar belakang manusia dengan karakter harus didekati dengan cara pendekatan masing-masing yang berbeda.

III. METODELOGI PENELITIAN

Kisaran Timur merupakan lokasi observasi dan dalam waktu 1 bulan pengambilan data penelitian. Bertujuan untuk meningkatkan penghasilan masyarakat dengan membuat komunitas usaha bersama dan penggunaan aplikasi berbasis teknologi berbasis komunitas untuk proses pemasaran dan penjualan, pendekatan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dan proses pengambilan data tentang produksi produk KUBE dan jenis serta karakter jasa yang di pasaran, cakupan sumber data), teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

Konsep usaha berbasis komunitas yang menjadi penghasil produk dan jasa merupakan dasar pemikiran yang membentuk sebuah pemodelan pemasaran dan penjualan, pada akhirnya pemodelan inilah yang nantinya akan menjadi konsep perancangan aplikasi informasi berbasis smartphone untuk meningkatkan penjualan yang juga meningkatkan pendapatan masyarakat dikarenakan adanya kemudahan bertransaksi penjualan dalam sebuah genggam.



Sehingga dalam proses awal dengan data base yang sederhana dengan user adalah para anggota KUBE , namun harapan ke depannya

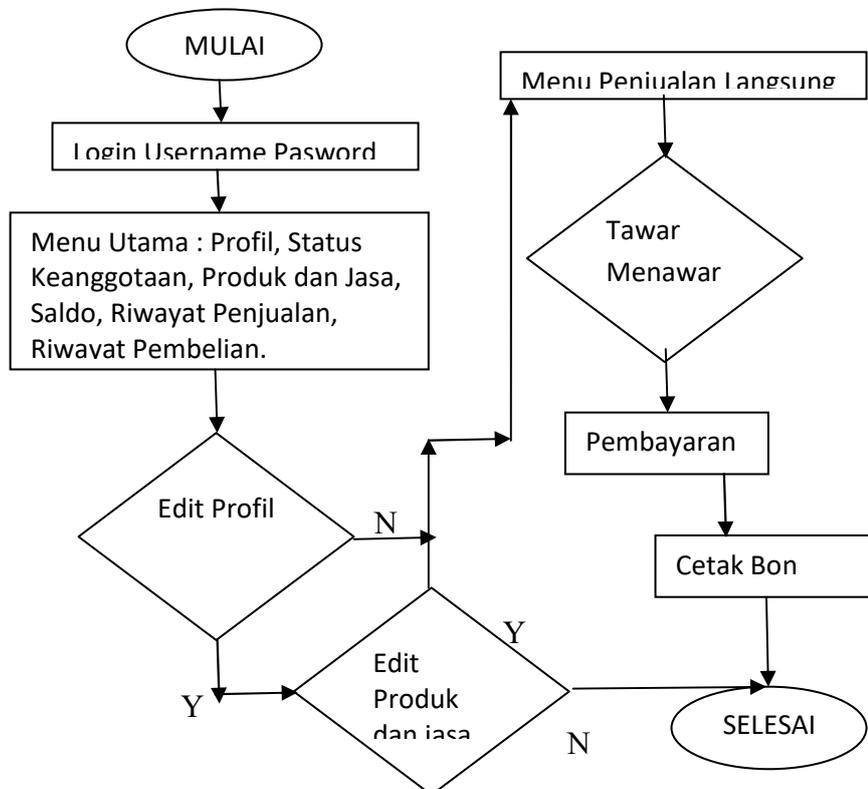
dapat lebih mendapat proses yang lebih sehingga dapat berkembang sampai diluar anggota dan pengurus KUBE saja.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Tabel Data Observasi

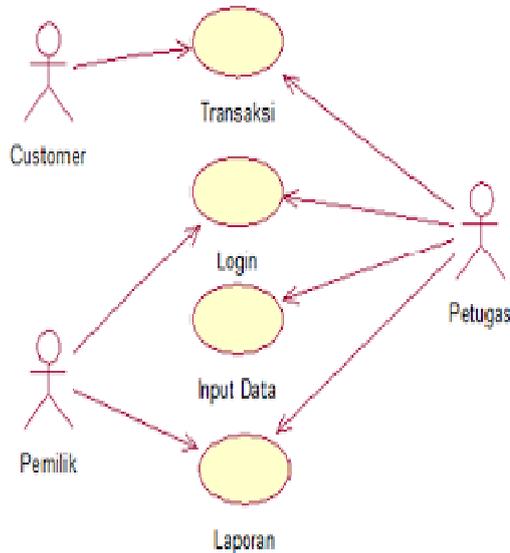
No.	Nama KUBE	Produk / Jasa	Jumlah / @ hari satuan	Harga Grosir	Ket
1	KUBE Dusun I	Batu Bata	± 5000bt	± 500	± 450
2	KUBE GROSIR	Kedai Grosir	± 7500pc	± 6000	± 6000
3	KUBE Dusun II	Batu Bata	± 5000bt	± 500	± 450
4	KUBE Kelontong	Kedai Kelontong	± 3750pc	± 2500	± 2000
5	KUBE Ikan Tawar	Perikanan	± 2580pc	± 50.000	± 45000
6	KUBE Dusun VI	Batu Bata	± 5000bt	± 500	± 450
7	KUBE Tani Jaya	Pertanian	± 8000pc	± 5000	± 4000
8	KUBE Dusun III	Batu Bata	± 5000bt	± 500	± 450
9	KUBE Dusun VII	Batu Bata	± 5000bt	± 500	± 450
10	KUBE Selayang Pandang	Jual segala es	± 6800pc	± 500	± 450

Flowchat Sistem





Usecase Diagram



V. KESIMPULAN

Dari permasalahan, pemahaman tentang pemodelan dan pemasaran produk dan jasa dari KUBE sampai pada rancangan pemodelan penjualan langsung pada konsumen, dapat disimpulkan bahwa :

1. Peningkatan penghasilan masyarakat kisaran timur dapat di tingkatkan dari formulasi pemodelan penjualan langsung.
2. KUBE menjadi media komunitas dimana data produk dan jasa

dapat dilihat dan digunakan sesuai pada pemodelan penjualan langsung yang digunakan.

3. Dari database produk dan jasa KUBE , para anggota KUBE dapat saling berinteraksi transaksi. Sampai nanti pada pengembangan berikutnya dengan revisi pemodelan memasukkan anggota di luar KUBE sehingga dapat bertransaksi dalam aplikasi.
4. Proses transaksi di gunakan pemodelan wang digital yang sifatnya adalah deposit sehingga dapat dilihat untuk dapat direncanakan dalam proses pembelajaran.
5. Pemodelan penjualan langsung sistem atau alur aplikasi berbasis smartphone dapat meningkatkan penghasilan masyarakat.
6. Di prediksi sesuai dengan data yang di dapati nantinya akan beredar wang pada proses transaksi berkisara Rp 1 Milyar dalam sehari, memberlakukan sistem potongan harga, bonus, point dan tingkat reward untuk pengelola KUBE terbaik di Kelurahan Kisaran Timur.



DAFTAR PUSTAKA

- Ika,N 2008, 'Pengaruh Kepuasan terhadap Kesetiaan dan Business Builders
Wiraniaga Multilevel Marketing Oriflame Surabaya', *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 8, Nomer. 2, Hh 104-110, Diakses pada tanggal 31 Agustus 2016.
- Purnamasari, Y 2015, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015', *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5 Nomer 1, Hh 3-5, Diakses pada tanggal 27 Agustus 2016.
- Kotler, P & Armstrong, G 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* Edisi Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, A 2012, *Komunikasi Pemasara*,. Jakarta: Erlangga.