

**PERENCANAAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN HASIL PERKEBUNAN
LABU MADU KELOMPOK TANI AL-HIDAYAH
DI KABUPATEN BONEBOLANGO**

**Echan Adam¹, Arjuna Andika Putra Karim^{1*}, Gianluca Pratama Bukusu¹, Novita Bobihu¹,
Jihan Talasa¹**

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo

*Email korespondensi: arjunaandikaputrakarim@gmail.com

Asal: Indonesia

ABSTRAK

Sistem informasi dalam penelitian ini berupa penjualan ataupun pemasaran menyediakan berbagai macam informasi untuk menangani proses penjualan produk labu madu yang dihasilkan oleh kelompok tani Al-Hidayah di Bone bolango. Pelayanan penjualan tentunya menjadi sangat penting ketika terjadi persaingan antar perusahaan yang dalam hal ini adalah kelompok tani Al-Hidayah semakin ketat. Karena itu, sistem informasi penjualan atau pemasaran perlu dikembangkan untuk memudahkan pelayanan kepada pembeli terus dikembangkan. Pengembangan sistem informasi penjualan dan pemasaran secara online atau yang melalui web ini, tentunya akan memberikan kemudahan bagi kelompok tani Al-Hidayah dalam pelayanan proses penjualan secara online terus menerus. Media online atau web ini bisa menjadi media informasi bagi kelompok tani Al-Hidayah dalam rangka mencapai tujuan strategis. Keunggulan dari media online atau web ini adalah mempunyai jangkauan yang luas. serta, informasi yang terdapat di dalamnya dapat disajikan secara detail. Perancangan sistem informasi untuk usaha tani labu madu pada kelompok tani Al-Hidayah menggunakan salah satu aplikasi jual beli online yakni Shopee. Studi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dalam pengelolaan informasi dalam rangka mendukung pertumbuhan sektor perkebunan labu madu di kelompok tani Al-Hidayah.

Kata kunci : Sistem Informasi Penjualan, Sistem Informasi Pemasaran, Labu madu

ABSTRACT

Sales or marketing information systems provide various kinds of information to handle the sales process of honey pumpkin products produced by the Al-Hidayah farmer group in Bone Bolango. Sales services certainly become very important when there is competition between companies, in this case the Al-Hidayah farmer group, which is getting tighter. Therefore, a sales or marketing information system needs to be developed to facilitate services to buyers. The development of an online sales and marketing information system or through this web, of course, will provide convenience for the Al-Hidayah farmer group in the service of a continuous online sales process. This online or web media can be an information medium for the Al-Hidayah farmer group in order to achieve strategic goals. The advantage of this online or web media is that it has a wide range, and the information contained in it can be presented in detail.

The design of an information system for honey pumpkin farming in the Al-Hidayah farmer group uses one of the online buying and selling applications, namely Shopee. This study aims to improve performance in information management in order to support the growth of the honey pumpkin plantation sector in the Al-Hidayah farmer group.

Keywords: *Sales Information System, Marketing Information System, Honey Pumpkin*

PENDAHULUAN

Labu madu (*Cucurbita moschata*) atau butternut squash termasuk genus *Cucurbita* dan keluarga *Cucurbitaceae* yang banyak dibudidayakan di berbagai negara di dunia. Berdasarkan data statistik FAO tahun 2018, ada 117 negara di seluruh dunia yang memproduksi labu madu. Pada tahun 2018, China menjadi produsen terbesar dengan produksi mencapai 8,2 juta ton, di urutan ke dua India 5,5 juta ton dan urutan ke tiga Ukraina 1,3 juta ton. Sementara produksi labu Indonesia hanya bekisar 4,5 ribu ton (Food and Agriculture Organization, 2018).

“Sejarah labu madu Labu” madu adalah sejenis tanaman yang sudah ada sejak tahun 1980. berasal dari Watham, Amerika Serikat Rasa dari buah labu madu lembut dan manis, labu madu di kenal oleh masyarakat setelah seorang professor Richard W Robinson yang merupakan seorang professor emeritus Holtikultura Universitas Cornell. Barber sudah mulai memperkenalkan labu di restoran Stone Barns miliknya lalu mempresentasikan labu di G9 Chef’s Summit pada tahun 2013, sebuah pertemuan yang diadakan setiap tahun antara Sembilan koki top dunia. Setelah itu membutuhkan kurang lebih dua tahun setengah untuk memasuki dunia pemasaran umum, dan itu mulai pada tahun 2017 presentasinya tumbuh menjadi 90%. labu madu kemudian

sudah mulai tersedia di toko-toko kelontong, pasar petani dan di seluruh area Amerika Serikat hingga ke seluruh dunia.

Berdasarkan hasil penelitian yang judulnya “*Analisa dan Perancangan Sistem Pemasaran Berbasis E-commerce Untuk Pemasaran Produk UMKM*” berisi penjelasan mengenai salah satu penerapan teknologi sistem informasi untuk UMKM merupakan untuk proses penjualan atau pemasaran produk yang menggunakan e-commerce. Hal tersebut dapat mendukung proses penjualan ataupun pemasaran produk untuk meningkatkan omset UMKM.

MASALAH

Permasalahan yang dialami yaitu pada komoditas labu madu yang sedang berkembang adalah sistem penjualan dan sistem pemasaran labu madu selama ini hanya berlangsung secara manual karena hanya menggunakan informasi dari warga setempat atau sekitaran, sehingga labu madu hanya dijual di area sekitaran Kabupaten Bone bolango dan sekitarnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi yang cukup pesat, khususnya di bidang teknologi website yang dapat diakses dari manapun dan kapan saja (asalkan tersedia internet), hal ini dapat menjadi kesempatan yang bagus atau peluang untuk pemasaran dan penjualan labu madu dengan menggunakan

teknologi web. Sehingga proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan dengan cara otomatis tanpa harus berhadapan atau beremu langsung dengan penjual atau mencari ke pasar-pasar setempat. Dari permasalahan tersebut diperlukan rancangan sistem pemasaran dan penjualan melalui mediaonline agar dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan labu madu.

DASAR TEORI

Konsep Sistem Informasi

Sistem ialah sekumpulan dari elemen yang berinteraksi demi mencapai sebuah tujuan, sedangkan Informasi merupakan proses pengelolaan data yang di ubah bentuknya menjadi bentuk-bentuk yang mudah dipahami serta dapat dimanfaatkan bagi siapa saja yang memperolehnya. Aplikasi yang menggunakan World Wide Web atau (www) adalah jaringan yang menghubungkan antara jaringan lokal ke suatu jaringan global dimana satu perangkat seperti komputer atau laptop di negara tertentu dapat secara *real time* yang berada di negara lain. Menurut Lyanto Kuswara dan Kusmawa (2017:18), “sistem informasi merupakan sebuah sistem yang terdiri dari serangkaian komponen-komponen sistem (yakni perangkat lunak otak, perangkat lunak, dan perangkat keras) yang digunakan untuk mengelola informasi menjadi keluaran yang bermanfaat untuk mencapai tujuan tertentu.

Sistem Informasi Penjualan

Merupakan sebuah sistem pembuatan pernyataan penjualan, dimana kegiatannya dijelaskan melalui sebuah prosedur yang terdiri

dari urutan kegiatan-kegiatan penjualan sejak pesanan dibuat oleh konsumen, pengecekan ada atau tidaknya barang, lalu dilanjutkan dengan mengirimkan barang beserta pembuatan faktur serta pengadaaan pencatatan atau penulisan atas penjualan yang sedang berlangsung.

Beberapa ahli menyebutnya sains, yang lain menyebutnya seni. Yang lain lagi memasukkan permasalahan etika di dalam proses penjualan mereka. Swasta Basu (2019: 8-10), “proses menjual merupakan ilmu yang mempengaruhi pribadi orang yg menjual untuk mengajak individu lain atau pembeli agar mau membeli barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh penjual tersebut”. penjual Proses barang dan/atau jasa Penjualan tatap muka adalah komunikasi antar individu yang melaluinya tujuan keseluruhan dari seluruh upaya pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan dengan memuaskan kebutuhan pasar dalam jangka panjang, sehingga menghasilkan keuntungan.

Nafarin M (2015: 96), “Penjualan adalah hasil dari proses penjualan atau penjualan atau hasil penjualan. Menjual mengacu pada proses terjadinya penjualan. Menjual (sell) adalah memberikan sesuatu kepada konsumen dengan harga tertentu. Dari pengertian tentang penjualan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa penjualan merupakan kegiatan dan juga cara mempengaruhi seseorang untuk membeli (menyerahkan) barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harga yang telah disetujui oleh para pihak dalam suatu perjanjian. aktivitas tunai atau kredit.

Sistem Informasi Pemasaran

Adalah jenis sistem informasi fungsional yang berperan penting dalam mendukung kegiatan pemasaran sebuah perusahaan atau organisasi. Sistem ini didesain untuk menyimpan, mengumpulkan, dan menganalisis data yang berkaitan dengan semua hal tentang, pemasaran guna membantu pengambilan keputusan yang lebih bagus dalam hal strategi pemasaran.

Pemasaran merupakan sebuah kegiatan kegiatan utama yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, baik itu perusahaan yang menyediakan barang ataupun perusahaan yang menyediakan jasa, dalam upaya menjaga keberlanjutan usahanya. Hal ini dikarenakan pemasaran disebut dengan kegiatan organisasi atau perusahaan yang berhubungan langsung dengan para konsumen. Jadi, kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang memiliki hubungan dengan pasar.

Menurut Keller dan Kotler (2011:5) dalam manajemen Pemasaran Edisi 13, konsep manajemen pemasaran merupakan “untuk memenuhi serta mengidentifikasi kebutuhan manusia dan sosial.”

Adapun menurut (Alma 2011: 1) dalam Manajemen Pemasaran dan Buku Pelayanan Pemasaran adalah: “Pemasaran meliputi kegiatan komersial yang terlibat dalam memperoleh aliran layanan berkualitas dari produksi fisik dan konsumsi” Definisi di atas dapat mengarah pada kesimpulan bahwa pemasaran adalah kegiatan yang menyediakan barang atau jasa kepada konsumen,

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat

Penelitian ini dilakukan pada lingkup masyarakat di desa bulontala timur, kecamatan suwawa selatan, kabupaten tilongkabila. Alasan kami memilih lokasi ini dikarenakan ada beberapa mahasiswa yang membudidayakan labu madu dan kami juga telah melakukan pra survei secara langsung di lokasi tersebut kemudian kami mengamati situasi dan kondisi disekitarnya.

Waktu

Waktu yang digunakan peneliti dalam praktik ini dilakukan dalam kurun waktu, 1(satu) bulan waktu pengumpulan data, bulan pengelolaan data, dan 1 (satu) bulan penyajian data dalam bentuk jurnal. Penelitian dilakukan pada tanggal 24 Desember 2023

Jenis dan sumber data

Penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan secara survei, data yang digunakan untuk penelitian labu madu. Sumber data dari penelitian ini adalah informasi yang didapatkan langsung para narasumber yakni kelompok tani Al-Hidayah.

Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini cara atau teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data penelitian, peneliti melakukan pemantauan dengan survei lokasi penelitian yaitu di desa bulontala timur, kecamatan suwawa selatan, kabupaten bone bolango. Dan wawancara secara langsung

kepada sala satu mahasiwa agar data yang didapatkan adalah data yang akurat.



Gambar 1 Struktur Organisasi Dari Kelompok Tani

Metode observasi ialah metode yang digunakan atau dimanfaatkan untuk proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pemantauan atau pengamatan secara langsung terhadap sesuatu yang diteliti yakni kelompok tani Al-Hidayah untuk mendapatkan data dan juga informasi yang terkait langsung dengan masalah yang sedang dihadapi. Informasi yang terkait ialah proses terjadinya sistem penjualan dan pemasaran di sebuah perusahaan atau organisasi.

Wawancara

Wawancara merupakan proses terjadinya pengumpulan data yang menggunakan cara bertanya langsung kepada narasumber secara tatap muka ataupun online dalam sebuah penelitian. Data yang diperoleh melalui proses wawancara dapat berupa narasi dari narasumber

yang berisi informasi. Sumber data langsung merupakan data yang didapatkan secara langsung saat mengambil data di lokasi penelitian berupa harga produksi, data-data produksi, jenis produk dan sebagainya.

Studi literatur

Studi literatur adalah metode untuk sebuah pengumpulan data penelitian dengan mempelajari berbagai sumber yang tersedia. Data bisa berasal dari buku dan juga informasi yang diperoleh dari internet yang terkait diringkas atau dijadikan referensi sebagai acuan dalam penulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha

Berdasarkan hasil survei lapangan yang kami lakukan selama satu bulan ini, kami

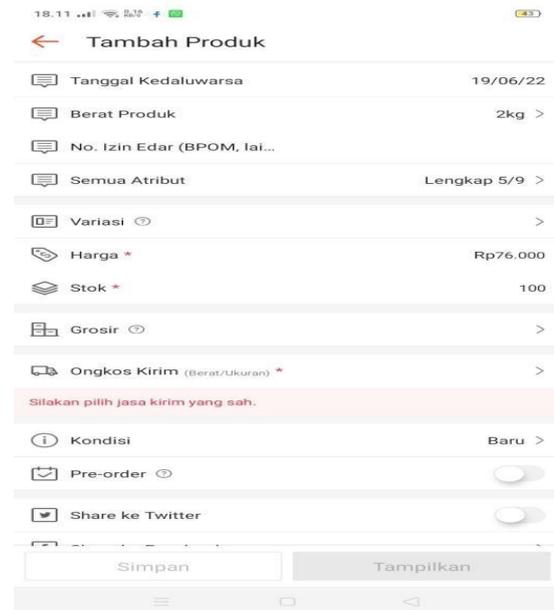
menemukan bahwa kelompok tani Al-Hidayah masih-lah sangat kecil, dan sedang dalam proses pengembangan, mempunyai komoditas usaha yakni, labu madu. Kelompok tani Al-Hidayah memulai usaha taninya sejak tahun 2019, hingga saat ini kelompok tani ini telah berjalan selama 3 setengah tahun. Terdapat struktur organisasi dari kelompok tani seperti berikut:

Dari bagan di atas menyatakan bahwa bapak Yusuf Lobo, adalah pemilik lahan serta menjadi ketua kelompok AlHidayah, bersama bapaK Kasim Daud bersama mengelola lahan serta memberi idea untuk membentuk suatu kelompok tani berkomoditas labu madu, kemudian merekrut tiga warga yang bersedia

Membantu menjadi bagian dalam kelompok tani al hidayah , bersama mengelola lahan pertanian labu tersebut. Namun sayangnya kelompok tani ini hanya berfokus pada pemasaran pasar kabupaten bonebolango, di smping itu tetap adanya inisiatif dari pengelola untuk mengenalkan hasil pertanian keluar daerah. Bone bolango bahkan ke seluruh indonesia, dengan mengandalkan promosi pada sosial media berupa facebook, sebagai peneliti kami selaku mahasiswa turun tangan membantu dalam penjualan dan pemasaran hasil pertanian tersebut dengan menggunakan aplikasi penjualan online yang banyak di pakai saat ini yaitu shopee dan toko pedia, guna agar dapat di kenal dan agar petani tidak ragu lagi dalam menanam labu madu dalam jumlah banyak.

Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran Hasil Usaha Tani Labu Madu

Adapun media yang digunakan dalam

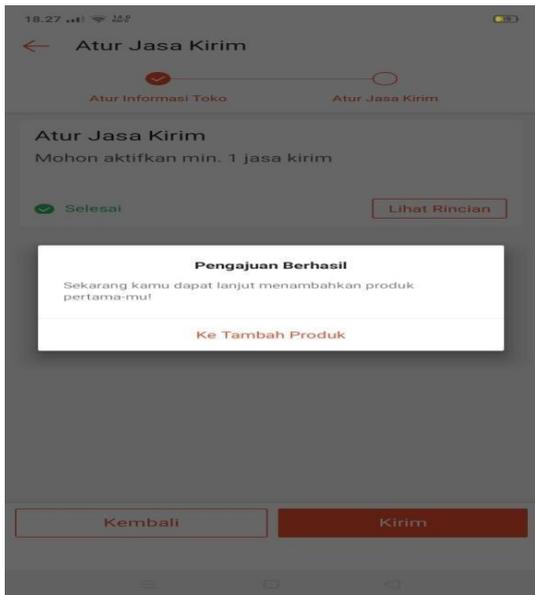
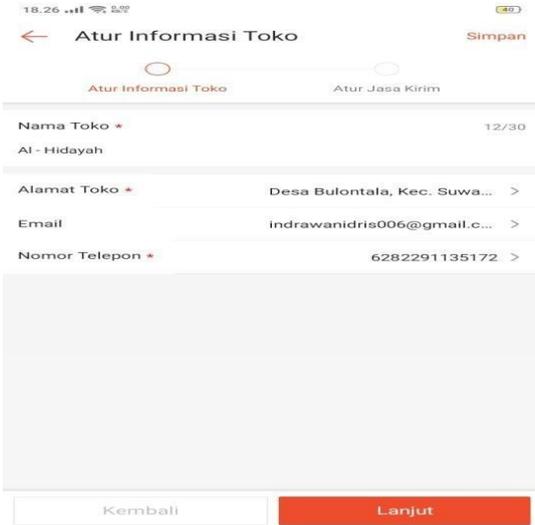


berpromosi untuk hasil dari pertanian kelompok alhidayah adalah media sosial berupa Facebook dan Whatsapp. menggunakan media whatsapp kurang efektif karena pengunjung toko tergantung bnyaknya kontak nomor yang menyimpan. Adapula media famplet dan brousur untuk mempromosikan hasil taninya, guna agar menambah perhatian minat konsumen.

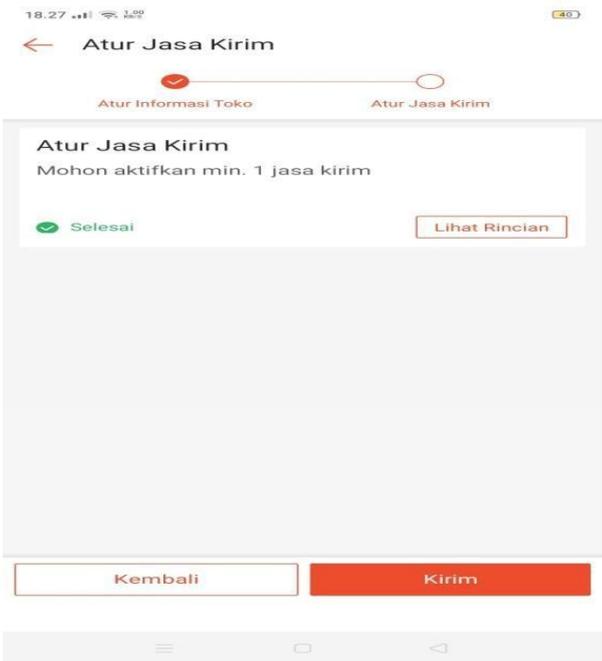
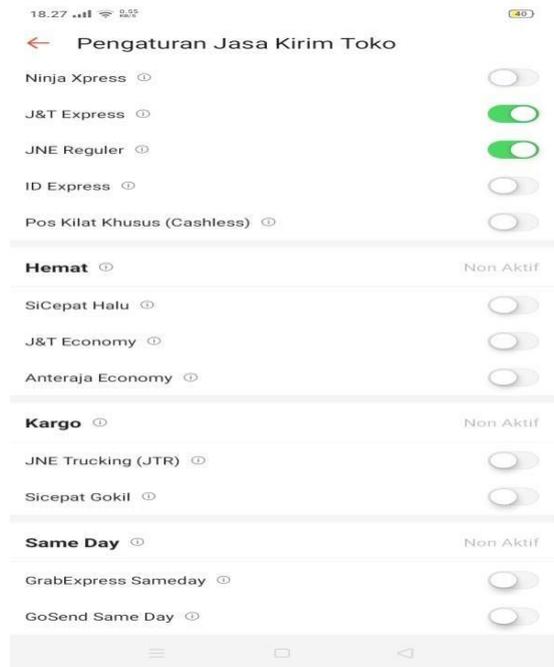
Inovasi pemasaran yang kami anjurkan bagi kelompok tani Al.hidayah adalah, berupa media penjualan toko online yang Sedang banyak di minati kalangan Konsumen Saat Ini yaitu, media online:Tik-tok Shop – Shopee – Instagram Shopping

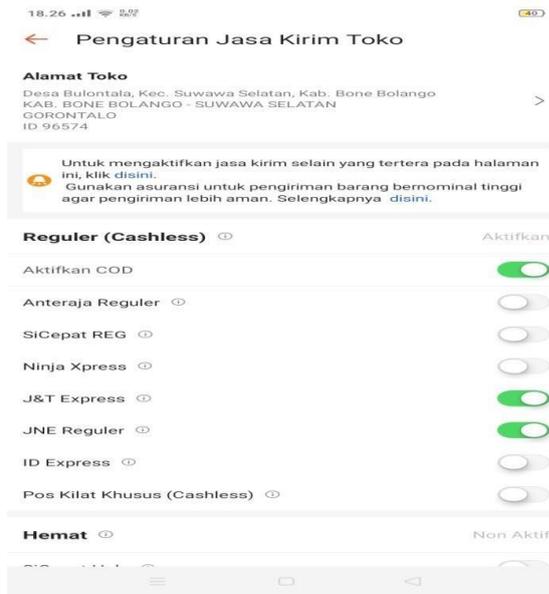
1. Berikut adalah cara mendaftarkan hasil dari usaha tani labu madu dalam penjualan online “shopee”
 - a) Buka aplikasi Shopee.
 - b) Klik menu saya.

- c) Klik untuk mulai menjual
- d) Memasukan nama toko, deskripsi gambar, dan deskripsi
- e) Klik Simpan.



- f) Memasukan nama toko yang tidak atau belum ada.





- g) Memasukan deskripsi gambar berupa foto dan video.
- h) Klik Tambahkan Produk untuk nama

serta deskripsi.

- i) Ikuti langkah diatas untuk mempermudah perbelanjaan di akun shopee, antara penjual dan pembeli

Ikuti cara mendaftar akun Shopee penjual serta pembeli dengan gampang. Ini adalah beberapa langkah dan cara mendaftar akun Shopee, yang dapat dilakukan oleh penjual dan konsumen kapan saja

Tabel Akumulasi Penjualan Secara Langsung

Berikut adalah tabel perhitungan biaya penjualan offline, atau penjalan secara langsung

Tabel 1. Tabel Biaya Variabel

| No | Jenis Bahan Baku | Harga | Kebutuhan | Harga Total |
|--------------|------------------------|--------|-----------|----------------|
| 1 | Pupuk Organik | 35.000 | 3 bulan | 105.000 |
| 2 | Pupuk Non Organik NPK+ | 40.000 | 3 bulan | 120.000 |
| 3 | Pupuk Non Organik NPKM | 40.000 | 3 bulan | 120.000 |
| Total | | | | 345.000 |

Di atas merupakan tabel biaya variabel yang berisi jenis bahan baku yang bersifat beberapa kali pakai yaitu 3 kali dalam selang

waktu 1 bulan. Biaya variabel dari usaha tani labu madu adalah pupuk organik, pupuk non organik NPK+, dan Pupuk non organik NPKM.

Tabel 2. Biaya Perjalanan

| No | Jenis Barang | Harga | Kebutuhan | Harga Total |
|--------------|-----------------------|---------|-----------|----------------------|
| 1 | Pemasaran dan Promosi | 200.000 | 4 bulan | Rp. 800.000 |
| 2 | Transportasi | 150.000 | 4 bulan | Rp. 600.000 |
| 3 | Uang Listrik | 185.000 | 4 bulan | Rp. 740.000 |
| Total | | | | Rp. 2.140.000 |

Di atas merupakan biaya yang dibutuhkan usaha tani labu madu kelompok tani Al-Hidayah untuk perjalanan selama proses usaha tani hingga pemasaran

berlangsung. Biaya perjalanan meliputi pemasaran dan promosi, transportasi, dan listrik.

Tabel 3. Biaya Lain Lain

| No | Jenis barang | Harga | Kebutuhan | Total Harga |
|--------------------|-----------------------------------|-------------------|-----------|--------------------|
| 1 | Bibit Labu Madu | 60.000 | 100 butir | Rp.180.000 |
| 2 | Gaji Tenaga Kerja | Rp. 100.000 | 3 orang | Rp. 300.000 |
| 3 | Pengemasan | Rp 1.500/lemar | 20 karung | Rp.30.000 |
| 4 | Bahan Bakar Kendardaraan Mobil | Rp 150.000/tangki | 8 minggu | Rp. 1.200.000 |
| Total Biaya | | | | Rp.1.548.00 |

Di atas merupakan biaya lainnya yang digunakan dalam usaha tani labu madu pada kelompok tani Al-Hidayah. Biaya lainnya

meliputi bibit labu madu, gaji tenaga kerja, pengemasan, dan bahan bakar.

Tabel 4. Total Biaya

| No | Jenis Biaya | Jumlah (Rp) |
|--------------|------------------|----------------------|
| 1 | Biaya bahan | Rp. 345.000 |
| 2 | Biaya Perjalanan | Rp. 2.140.000 |
| 3 | Biaya Lain-lain | Rp. 1.548.000 |
| Total | | Rp. 4.033.000 |

Di atas merupakan semua total biaya satu kali musim tanam usaha tani labu madu pada kelompok tani Al-Hidayah di kabupaten Bone Bolango. Rancangan sistem penjualan dan pemasaran secara online tentunya akan lebih mendatangkan profit atau keuntungan bagi kelompok tani Al-Hidayah di kabupaten Bone Bolango.

pembahasan maka kesimpulan yang di angkat dari penelitian ini adalah Besarnya pengaruh factor penjualan, yang berpengaruh penting terhadap produks olahan Labu Madu di Kabupaten Bonebolango. Kurangnya informasi atau wawasan Labu madu kepada masyarakat sekitar sehingga perlu untuk di pmosikan agar lebih menaik peminat, sehingga pemiati labu madu pun ramaia jika menggunakan sisstem promosi.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis, uraian, dan

Dengan mengembangkan system

informasi, diharapkan pemasaran produk labu madu menjadi lebih mudah dan praktis. pembelian dan pemesanan produk dapat dilakukan dengan cara terus menerus dimana saja dan kapan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, M. (2019). Panduan Membuat Toko Online (Shoppe) dalam menjalankan suatu usaha. Jakarta: Media Kita.
- Alma. (2011). Sistem pemasaran dan pelayanan pemasaran, dalam memperoleh layanan pemasaran. Tangerang.
- Basu, S. (2019). Masalah Etika dalam Penjualan. 8- 10.
- Hidayat, T. (2009). *Sistem Informasi Konsep*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kusmawa, L. K. (2017). *Sistem Informasi*. Jakarta. Jurnal Sistem Informasi dan teknologi Bina Sarana Global. 2017.
- Nafarin. (2015). Konsep Penjualan. Banten
- Sutabri. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Yesri elva. (2020). Jurnal sains dan informatika, system informasi dan transaksi
- H. S. Asfinoza Shinta puspasari ‘‘sistem informasi penjualan pupuk berbasis web vol 14, no 1, pp. 1-6, 2018
- Tobias Duha (2021) ‘‘sistem informasi penjualan berbasis web, penerbit Qiara – pasuruan, jawa tengah
- Muhammad athoillah (2019)’’ *Sistem informasi pemasaran*, penerbit pena persada kerta utama, purwokerto selatan, kab. Banyuwangi, jawa tengah