

PajakMedan.com as shopping solutions #just stay at home in Covid-19 epidemic situation in Medan city

Sri Fajar Ayu^{1*}, Meutia Naully²

¹Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

²Department of Psychology, Faculty of Psychology, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*Email: srifajar.ayu@gmail.com

Abstrak

Pajakmedan.com is a solution for traders and consumers in Medan Pajak Halat to break the chain of transmission of Covid 19. The Halat Market was chosen to be the location for USU's community service in 2020 because it has more impact than other markets. The selected trader is UD. Apni's Chicken Cut becomes a partner of service. The problems faced by merchants in the Covid 19 era were sales revenue fell by 25-45% & high demand for customers to send goods outside of tax, merchants were worried about contracting Covid-19, Pajakmedan.com was expected to increase revenue on covid-19. The target of activities in the short and long term program partners must be able to develop their product market using the pajakmedan.com platform. The expected short-term target is an increase in knowledge to traders that their buying and selling activities can be developed online. The long-term target that the team hopes is the implementation of an online buying and selling system using the pajakmedan.com site in all traditional markets in Medan City. Despite the emergence of constraints that led to a decline in the number of buyers coming to the market, sales volume remained stable.

Kata Kunci: Pajakmedan.com, Pasar, Covid-19

Abstract

Pajakmedan.com menjadi solusi bagi pedagang dan konsumen di Medan Pajak Halat untuk memutus mata rantai penularan Covid 19. Pasar Halat dipilih menjadi lokasi pengabdian masyarakat USU pada tahun 2020 karena lebih berdampak dibandingkan pasar lainnya. Pedagang yang dipilih adalah UD. Ayam Potong Apni menjadi mitra pengabdian. Masalah yang dihadapi pedagang pada era Covid 19 adalah pendapatan penjualan turun 25-45%, tingginya permintaan pelanggan untuk mengirimkan barang di luar pajak, pedagang khawatir tertular Covid-19, pajakmedan.com diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pada covid-19. Target kegiatan pada jangka pendek dan jangka panjang mitra program harus mampu mengembangkan pasar produk nya dengan penggunaan platform pajakmedan.com. Target jangka pendek yang diharapkan adalah adanya peningkatan pengetahuan kepada para pedagang bahwa kegiatan jual beli yang mereka lakukan dapat dikembangkan secara online. Target jangka panjang yang diharapkan tim adalah diterapkannya sistem jual beli online menggunakan situs pajakmedan.com di seluruh pasar tradisional yang ada di Kota Medan. Meskipun munculnya kendala yang menyebabkan menurunnya jumlah pembeli yang datang ke pasar, namun volume penjualan tetap stabil.

Keyword: Pajakmedan.com, Market, Covid-19

1. PENDAHULUAN

Mitra yang dipilih pada program pajakmedan.com adalah UD Ayam Potong Apni yang berlokasi di pasar Halat jalan Halat, Medan. Lokasi pengabdian tidak jauh dari LPM USU sekitar kurang lebih 3 KM. UD Ayam Potong Apni adalah mewakili pedagang yang tergabung dalam pajakmedan.com. Pemilihan pedagang untuk bergabung pada pajakmedan.com adalah pedagang yang bersedia untuk bergabung dengan sukarela, pedagang yang merasa terkena dampak covid 19, pedagang yang buka hingga pukul 12.00 dan sebagai pedagang yang permanen. Berdasarkan kriteria tersebut ada 5 pedagang yang bergabung dalam pajakmedan.com dan kelima pedagang ini sudah mewakili sebahagian besar produk yang dijual. Pedagang yang bergabung dalam pajakmedan.com adalah (1) Kak Mar menjual sayur-sayuran (2) Bang Ucok menjual ikan segar (3) Kak Ita menjual berbagai bumbu makanan (4) UD Fahri jaya menjual ikan asin dan telur-teluran dan (5) Kembar menjual daging.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang yang tergabung dalam pajakmedan.com ditemukan beberapa permasalahan yaitu (1) Omset penjualan menurun sebanyak 25-45% sehingga memengaruhi pendapatan. (2) Tingginya permintaan dari pelanggan untuk menghantarkan barang ke luar pajak seperti di parkir atau melalui jasa penghantaran online (3) Kekhawatiran penularan covid 19 dikalangan pedagang dimana daerah sekitar pajak halat merupakan zona merah sehingga beberapa akses menuju ke pajak halat pada beberapa waktu ditutup oleh masyarakat. (4) Pedagang menginginkan adanya usaha yang terorganisir untuk membantu usaha mereka dalam mempermudah dan meningkatkan omset penjualan mereka sehingga pajakmedan.com sebagai solusi dalam covid 19. Beberapa foto dokumentasi wawancara dengan pedagang di pasar halat dapat dilihat pada gambar-gambar berikut ini:



Gambar 1.1 Anggota tim pengabdian melakukan wawancara terhadap permasalahan pedagang selama covid 19 dan survei kebutuhan pelanggan dan harga



Gambar 1.2. Ketua tim pengabdian Sri Fajar Ayu, SP, MM, DBA dan anggota Meutia Naully, S.Psi, M.Psi bersama pedagang yang tergabung dalam pajakmedan.com

Dalam tahapan pengabdian masyarakat di pasar Halat, tim pengabdian usu menghadapi beberapa masalah yaitu (1) Pemilihan pedagang yang terlibat dalam kegiatan pajakmedan.com karena tidak semua pedagang dilibatkan sehingga menimbulkan perasaan yang tidak menyenangkan bagi pedagang lainnya. (2) Kemampuan melek IT terutama pemanfaatan HP dikalangan pedagang yang tergabung dalam pajakmedan.com yang tidak merata dan kepemilikan HP yang tidak android menjadi masalah dalam aplikasi pajakmedan.com. (3) Harga sewa hosting dan perangkat pendukung software lainnya yang meningkat disebabkan peningkatan penggunaan teknologi di era covid 19 sehingga menjadi keterbatasan dalam perluasan pemanfaatan aplikasi terutama jika pengunjung atau peminat aplikasi pajakmedan.com yang meningkat. (4) Sistem transaksi yang mengharuskan pajakmedan.com untuk membuka rekening agar memudahkan proses transaksi antara tim pengabdian dengan penjual ataupun penjual dengan konsumen. (5) Sistem transportasi yang masih bersifat belum permanen karena belum dapat bekerjasama dengan transportasi online yang menjadi unggulan saat ini.

2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan kegiatan pengabdian pajakmedan.com diawali dengan (1) Survei awal dan pembuatan kesepakatan (2) Pembuatan Desain Aplikasi (3) Simulasi Aplikasi (4) Pelatihan penggunaan aplikasi (5) launching pajakmedan.com (6) Evaluasi program dan pengembangan platform (7) penyusunan laporan (8) Publikasi

2.1 Survei awal dan pembuatan kesepakatan

Pada awalnya nya tim pengusul melakukan survei lapangan ke beberapa pasar yang ada di kota Medan, untuk melihat kondisi dan keadaan yang terjadi di pasar-pasar tradisional tersebut. Pedagang pasar tradisional merupakan salah satu yang merasakan dampak ekonomi akibat pandemic Covid-19. Pandemi ini telah menurunkan volume pembelian produk yang di perjual belikan per harinya, sementara sifat produk yang diperjual belikan bersifat perishable (mudah rusak). Apabila produk yang disediakan hari ini tidak laku, maka potensi kerusakan (layu, busuk, tidak segar) keesokan harinya sangat besar.

Survei awal dilakukan pada 4 (empat) lokasi pasar tradisional yang berbeda, yaitu pajak Sukarame, pajak pagi denai, pajak halat dan pajak simpang limun. Dari masing- masing pasar tradisional diambil beberapa pedagang terutama penjual kebutuhan pokok. Pedagang yang diwawancarai mengakui bahwa semenjak himbauan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah, pasar

Sri Fajar Ayu *et.al.* PajakMedan.com as shopping solutions #just stay at home in Covid-19

selalu sepi pembeli sehingga banyak barang yang di stok penjual dan sampai rusak. Dari survei awal yang dilakukan pada masing- masing pasar tradisional yang ditinjau terjadi penurunan pendapatan pedagang dari 25% hingga 45% . Hal ini di lihat dari jumlah penjualan harian yang terus berkurang dan barang dagangan terutama sayur masyur menjadi rusak.Berdasarkan survei yang dilakukan dipasar tradisional Kota Medan, maka tim memperoleh 10 (sepuluh) segmen utama yang diperdagangkan di pasar tradisional Kota Medan, yaitu:

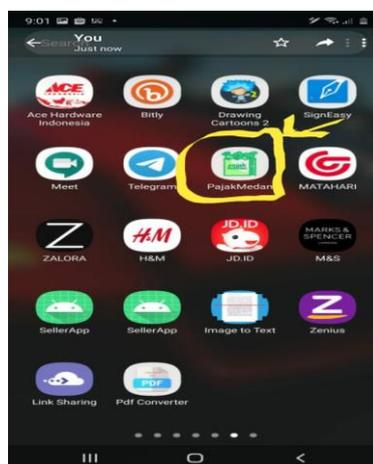
1. Segmen daging ayam mengalami 25% penurunan
2. Daging sapi mengalami 40% penurunan
3. Telur ; mengalami 30% penurunan
4. Sayur – sayuran mengalami 25% penurunan
5. Ikan asin air tawar mengalami 28% penurunan
6. Ikan asin air asin mengalami 30% penurunan
7. Ikan kering mengalami 27% penurunan
8. Bumbu masak mengalami 32% penurunan
9. Sembako mengalami 30% penurunan
10. Jajanan (kue basah, pecal,mi dan lain sebagainya) mengalami 45% penurunan

Dari berbagai pasar tradisional yang dikunjungi Pajak halat rata- rata seara rata-rata mendapati penurunan paling tinggi dari 4 pasar tradisional tersebut. Dan dari sepuluh penjual yang diwawancarai, 90% penjual tersebut telah menggunakan smartphone android. Tentu hal inimerupakan potensi, sehingga ditetapkanlah oleh tim pengusul sebagai targer tempat kegiatan yang akan peluncuran program pajakmedan.com.

Dalam survey tersebut, tim juga telah menanyakan kesediaan para pedangang untuk terlibat jualan beli online dalam mendukung kegiatan mereka. Antusias dari setiap pedagang yang diwawancarai sangat baik. Kemudian dijalinlah sebuah kesepakatan antara tim dengan pedagang yang dapat mendukung dan terlibat dalam kegiatan ini. Sebanyak 90% yang diwawancarai setuju dan sepakat menerapkan platform yang ditawarkan. Adapun 10% lainnya merasa terkendala dikarenakan yang bersangkutan tidak memiliki perangkat *smartphone*.

2.2 Pembuatan Desain Aplikasi

Pembuatan desain pajakmedan.com menggunakan 2 platform yaitu berbasis kepada *mobile* dan *website*. Platform pertama menggunakan aplikasi *mobile* dengan menggunakan beberapa software yaitu (1) Android studio (2) Adobe illustrator dan (3) Figma. Platform kedua menggunakan aplikasi *website* dengan software (1) Visual studio kod. Bahasa pemrograman pada aplikasi *mobile* adalah XML, Java sedangkan Bahasa pemrograman untuk aplikasi website adalah PHP dengan framework Larafel 7. Aplikasi pajakmedan.com dalam platfrom *mobile* dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 2.1. Aplikasi pajakmedan.com pada Platform mobil android

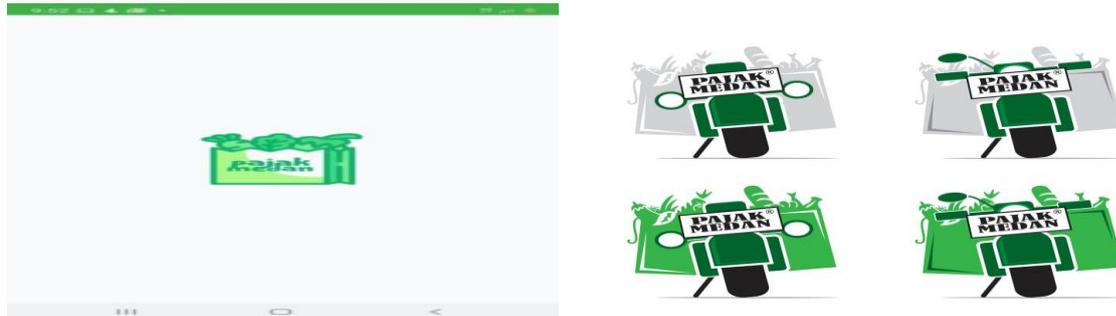
2.2.1 Fitur Aplikasi pajakmedan.com

Aplikasi pajakmedan.com terdiri dari beberapa fitur, yaitu :

- Mencari belanjaan, fitur ini bertujuan untuk mencari belanjaan, jadi para konsumen dapat memilih belanjaan yang diinginkan seperti sayuran, daging atau bumbu dengan penampilan gambar dan harga.
- Keranjang belanja, fitur ini bertujuan untuk mengecek ulang barang belanjaan yang sudah dipilih, jumlah atau satuan yang dibeli pada keranjang belanjaan sebelum memutuskan untuk pembayaran.
- Pembayaran, fitur ini bertujuan untuk melakukan transaksi pembayaran yang dapat dipilih melalui COD, *Mobile* banking ataupun metode pembayaran voucher.
- Tracing belanjaan, ini bertujuan untuk melakukan pengecekan status belanjaan, apakah masih dalam pengemasan atau dalam perjalanan penghantaran atau sudah selesai.
- Profil, ini bertujuan untuk melakukan perubahan terhadap no hp, alamat dan hal hal yang bersifat pribadi pelanggan dengan menambah detail-detail lain.
- Informasi, ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pelanggan terhadap aspek mikro nutrient bahan yang dipilih, pilihan resep hari ini yang bertujuan untuk menambah informasi bagi pengguna.
- Promo, ini bertujuan untuk mengecek promo-promo apa yang ditawarkan kepada pengguna dan ketentuan yang berlaku sehingga pengguna mendapatkan keuntungan dari pemotongan harga.
- Pendukung, ini bertujuan sebagai pendukung dalam aplikasi seperti space, login, register dan lainnya untuk memudahkan pelanggan dalam berinteraksi

2.2.2 Pemilihan logo pajakmedan.com

Logo merupakan imej branding dalam sebuah organisasi. Untuk pajakmedan.com terjadi diskusi yang Panjang terhadap pemilihan logo. Hingga laporan kemajuan ini dibuat belum dapat dipastikan pemilihan logo. Beberapa yang menjadi pilihan logo dalam pajakmedan.com adalah seperti gambar dibawah ini :



Gambar 2.2. Pilihan alternative logo pajakmedan.com

2.2.3 Pilihan Produk

Aktivitas pilihan produk ditentukan berdasarkan kerjasamasa dengan beberapa pedagang yang dipilih menjadi bagian dari pajakmeda.com dan mewakili produk pilihan konsumen, yaitu :

- Apni : ayam potong
- Mar : sayuran
- Ucok : ikan basah
- Fahri jaya : Ikan Asin dan telur
- Ita : segala bumbu
- Bersaudara : daging

Ada sekitar 130 item produk yang menjadi pilihan pajakmedan.com yang sebahagian dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.3. Pilihan produk pajakmedan.com

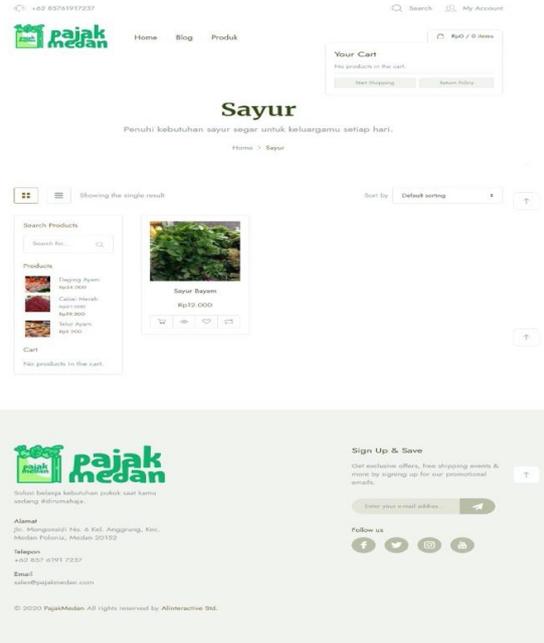
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pajakmedan.com dalam jangka pendek ini sudah berhasil untuk meningkatkan pengetahuan para pedagang bahwa platform yang dipilih dapat dijadikan model baru dalam pengembangan usaha. Model online pajakmedan.com sampai pada laporan kemajuan ini sudah membuat 2 bentuk platform yaitu *mobile* dan *website*. Tampilan home page menunjukkan pajakmedan.com sebagai (1) solusi praktis dengan menampilkan produk unggulan. (2) paling laku (3) mengapa memilih belanja di pajakmedan.com (4) Testimonial (5) Blog pajakmedan.com (6) Alamat kantor dan officially mengenai pajakmedan.com

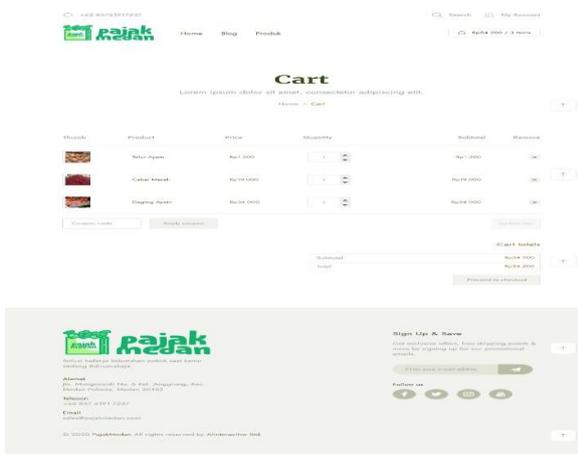
Sri Fajar Ayu *et.al.* PajakMedan.com as shopping solutions #just stay at home in Covid-19



Gambar 3.1 Fitur Website pajakmedan.com



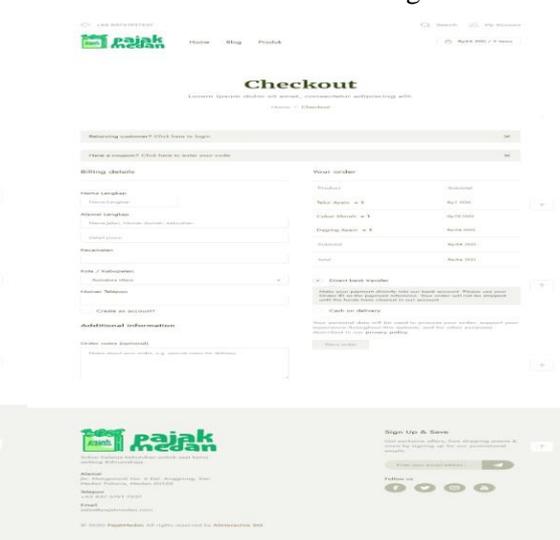
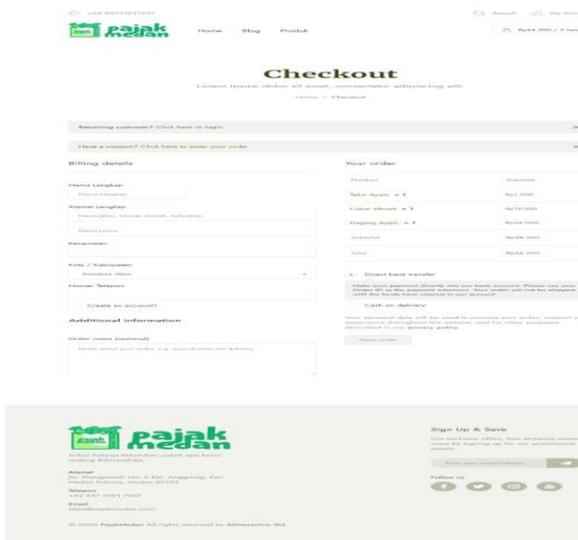
Gambar 3.2 Item Kategori



Gambar 3.3 Item Chart

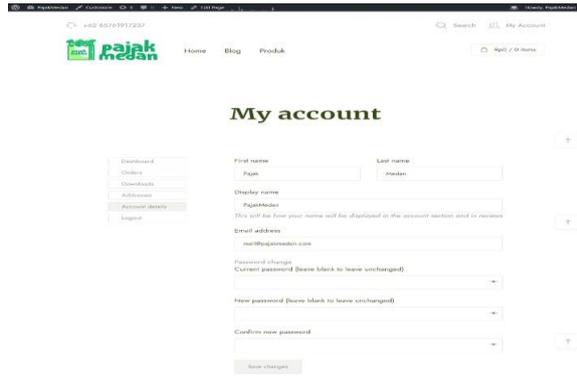


Gambar 4. 4 Item Blog

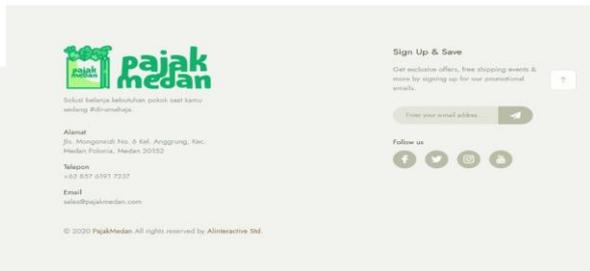
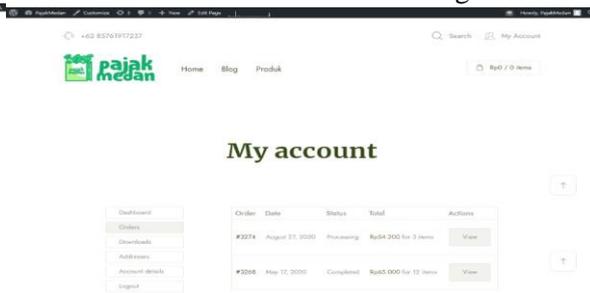


Sri Fajar Ayu *et.al.* PajakMedan.com as shopping solutions #just stay at home in Covid-19

Gambar 4.5 Item Checkout

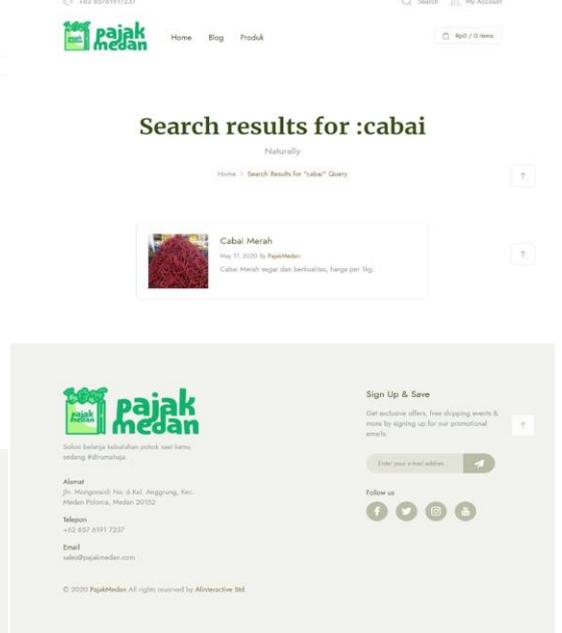
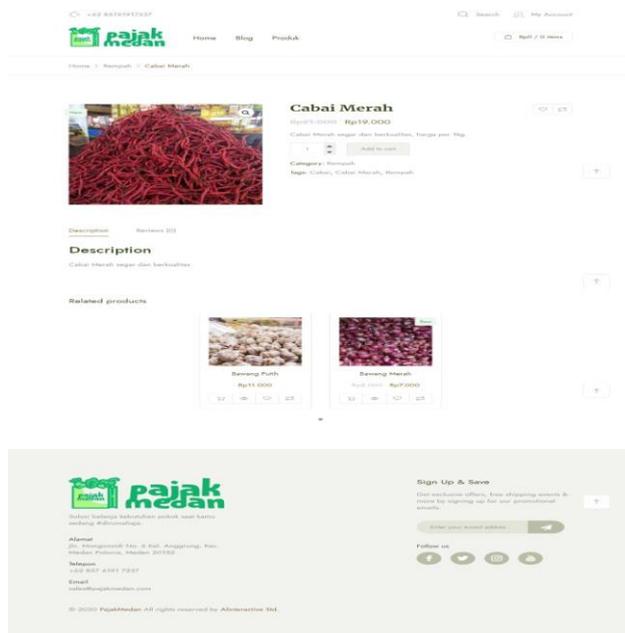


Gambar 4.6 Item Order Progress



Gambar 4.7 Item account details

Gambar 4.8 Item order list



Gambar 4.9 Item product details

Gambar 4.10 Item Search Results

Sri Fajar Ayu *et.al.* PajakMedan.com as shopping solutions #just stay at home in Covid-19



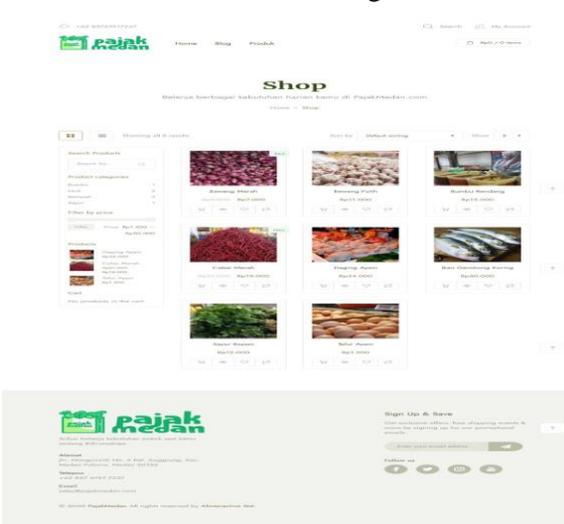
Gambar 4.11 Item Login & Register Page



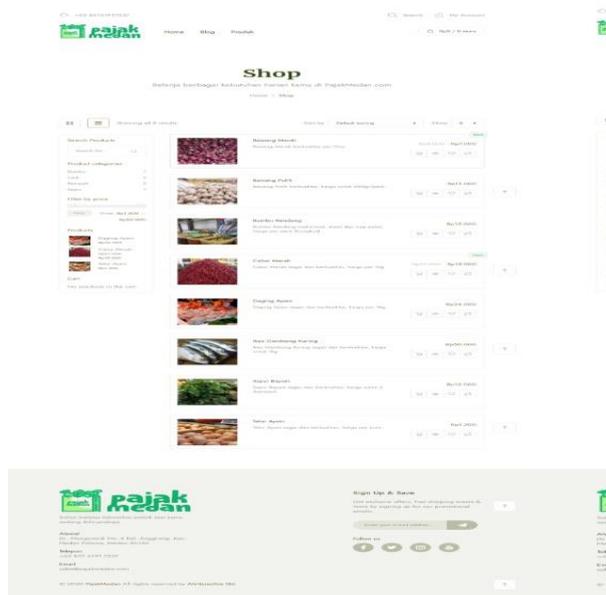
Gambar 4.12 Item blog details



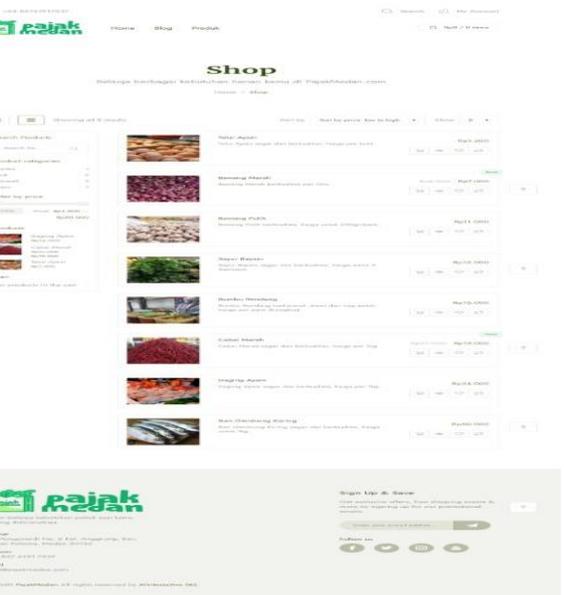
Gambar 4.13 Item Author List



Gambar 4.14 Author Store

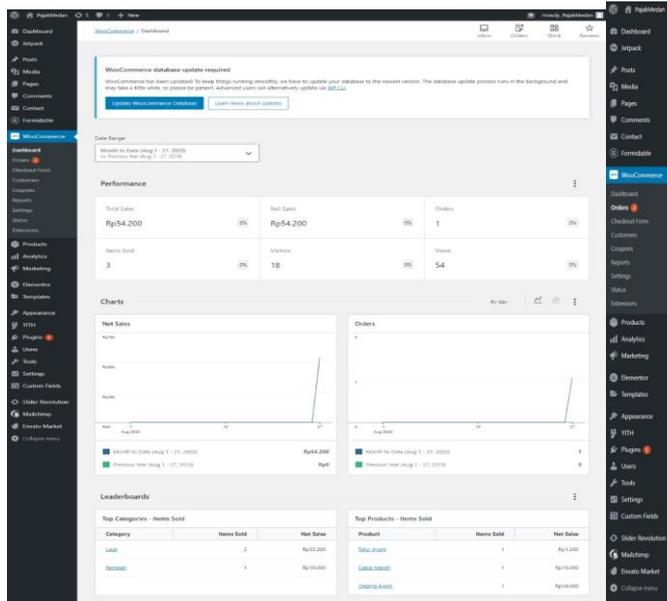


Gambar 4.15 Item Store (ordered)

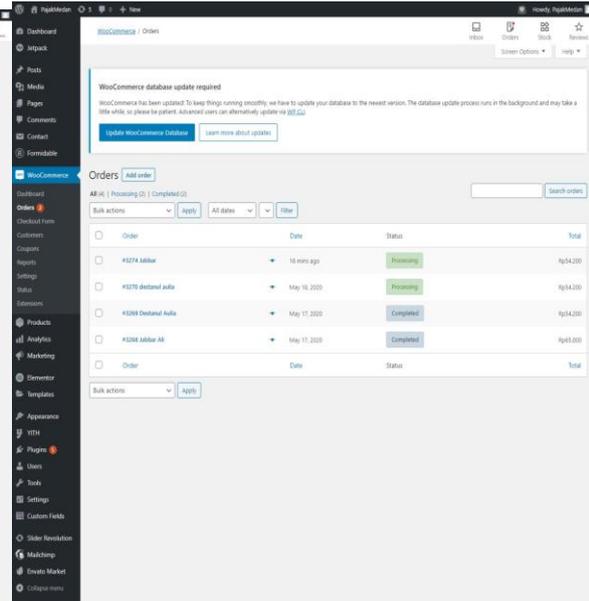


Gambar 4.16 Item Store (Sorted by Lowest Price)

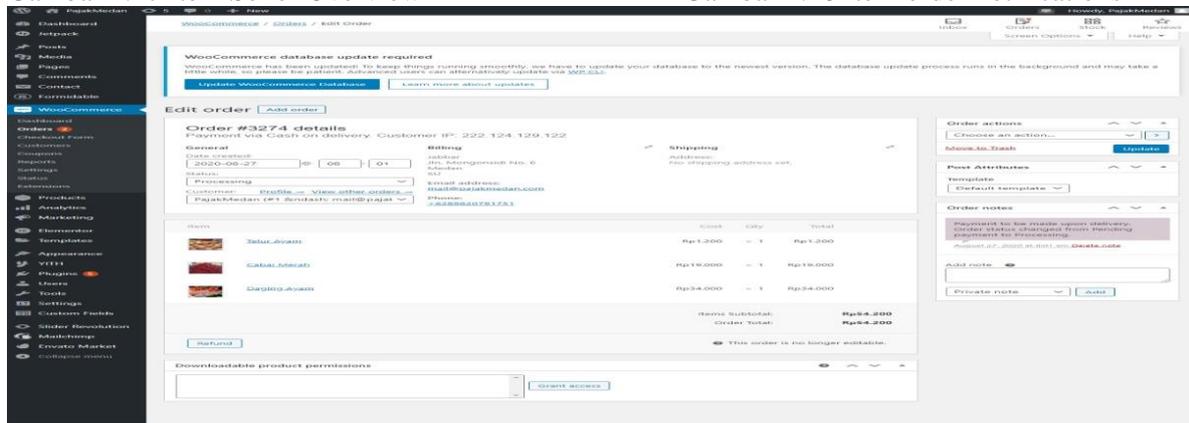
Sri Fajar Ayu *et.al.* PajakMedan.com as shopping solutions #just stay at home in Covid-19



Gambar 4.17 Item Seller Overview



Gambar 4.18 Item order notifications



Gambar 4.19 Item Order Process

Target kegiatan ini diharapkan pada jangka pendek dan jangka panjang. Mitra program harus mampu mengembangkan pasar produk nya dengan penggunaan platform pajakmedan.com. Target jangka pendek yang diharapkan salah satunya adalah adanya peningkatan pengetahuan kepada para pedagang bahwa kegiatan jual beli yang mereka lakukan dapat dikembangkan secara online. Adapun targetan jangka panjang yang diharapkan tim adalah diterapkannya sistem jual beli online menggunakan situs pajakmedan.com di seluruh pasar tradisional yang ada di Kota Medan. Sehingga meskipun munculnya kendala yang menyebabkan menurunnya jumlah pembeli yang datang ke pasar, namun volume penjualan yang terjadi tetap stabil. Selain itu, program pengabdian kepada masyarakat ini juga diharapkan dapat memenuhi target capaian yang direncanakan sesuai dengan panduan pelaksanaan program pengabdian masyarakat di lingkungan Universitas Sumatera Utara

4. KESIMPULAN (CONCLUSION)

1. Target kegiatan ini diharapkan pada jangka pendek dan jangka panjang. Mitra program harus mampu mengembangkan pasar produk nya dengan penggunaan platform pajakmedan.com.
2. Target jangka pendek yang diharapkan salah satunya adalah adanya peningkatan pengetahuan kepada para pedagang bahwa kegiatan jual beli yang mereka lakukan dapat dikembangkan secara online.

3. Target jangka panjang yang diharapkan tim adalah diterapkannya sistem jual beli online menggunakan situs pajakmedan.com di seluruh pasar tradisional yang ada di Kota Medan. Sehingga meskipun munculnya kendala yang menyebabkan menurunnya jumlah pembeli yang datang ke pasar, namun volume penjualan yang terjadi tetap stabil.

5. UCAPAN TERIMAKASIH (ACKNOWLEDGMENTS)

Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat USU yang telah mendanai kegiatan ini melalui skim pengabdian Mono tahun reguler dengan sumber dana Non PNBP Universitas Sumatera Utara dan terima kasih kepada stakeholder pajakmedan.com serta kepada pedagang Mitra di Pasar Halat yang sudah membantu pada kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Lakasana, Fajar. (2008). *Managemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nugroho, Adi. (2011). *Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data*. Yogyakarta: Andi
- Ryanto. (2010). *Sistem Informasi Penjualan dengan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Gava Media.
- Prilnali EP., Indelarko, Hendi. (2009). *Pengembangan Aplikasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Desktop dan Web*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sidik, Betha. (2004). *Mysql*. Bandung: Informatika.