

ONLINE MARKETING APPLICATION DEVELOPMENT TO EXPAND THE MARKET OF MALANG'S LOCAL PRODUCTS

PENGEMBANGAN APLIKASI PEMASARAN BERBASIS ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK DAERAH KHAS MALANG

Diah Priharsari , Aditya Rachmadi, Ismiarta Aknuranda, Suprpto
Program Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya
Jl. Veteran, Malang

ABSTRACT

Internet is a great tool to be introduced to SMME (Small Micro Medium Enterprises) as an alternative to promote their products. This program is done to introduce and create an opportunity for several chosen SMMEs to advertise their products through the internet. There are three SMMEs that are selected based on HWPRI recommendation to be utilized with e-commerce. They are Niwa Crafting, Gazatri Art, and Preman Super. E-commerce and peripherals to access internet are provided for them. In the end of the program, after receiving software and hardware, the three SMMEs are enthusiasm to receive the programs. However, further investigation is needed to understand the nature of the SMME in using the internet.

Kata kunci: online, online store, e-commerce, Internet, UMKM, Malang

ABSTRAK

Sebagai alternatif pengenalan produk UMKM, maka teknologi internet perlu diperkenalkan kepada UMKM. Adapun tujuan akhir yang diharapkan adalah UMKM tersebut memiliki kesempatan mencoba memasarkan melalui internet dan memiliki sarana yang mendukung untuk melakukan kegiatan tersebut. UMKM yang telah dipilih berdasarkan rekomendasi dari HWPRI diperkenalkan dengan e-commerce yang sudah dimodifikasi sesuai kebutuhan masing-masing UMKM serta diberikan sarana untuk mengakses e-commerce

tersebut. Berdasarkan pengenalan pada 3 UMKM yaitu Niwa Crafting, Gazatri Art, dan Preman Super, dapat dilihat bahwa UMKM antusias menerima bantuan tersebut. Namun, dibutuhkan pengamatan setelah penyerahan aplikasi dan pendukungnya untuk mengetahui apakah teknologi yang diperkenalkan tersebut memang dipergunakan dan dapat dirasakan manfaatnya oleh UMKM.

Kata kunci: online, Toko online, e-commerce, Internet, UMKM, Malang

PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan strategis di Indonesia, dimana 60% GDP (Gross Domestic Product) di tahun 2013 berasal dari UMKM (Hardum, 2014). Pemanfaatan internet untuk pemasaran telah umum dilakukan oleh perusahaan besar. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM masih jarang menggunakan internet menjadi bagian dari pemasarannya karena mereka lebih menjadikan komputer sebagai alat daripada media komunikasi (Heikkila et al., 1991).

Internet dapat menjadi media pemasaran bagi perusahaan karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, memahami pasar global, dan meningkatkan efisiensi pada bisnis (Al-Somali et al., 2011). Oleh karena itu, pengenalan internet dan membantu mengembangkan dapat membantu meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di Indonesia terutama sebagai persiapan awal UMKM memasuki pasar bebas ASEAN.

Sehingga pada pengabdian masyarakat ini, penulis ingin mengenalkan pemasaran melalui internet pada 3 UMKM yang berada di bawah naungan HWPRI (Himpunan Wanita Pekerja Rumahan Indonesia). Adapun tujuan akhir yang diharapkan adalah UMKM tersebut memiliki kesempatan mencoba memasarkan melalui internet dan memiliki sarana yang mendukung untuk melakukan kegiatan tersebut. Selain itu, pengenalan internet untuk UMKM sesuai dengan saran yang diberikan oleh Sudaryanto, Ragimun, dan Wijayanti (n.d.) pada salah satu paper yang dimuat pada situs resmi kementerian keuangan Republik Indonesia.

3 UMKM yang dipilih berdasarkan dari masukan dari pengurus HWPRI adalah Preman Super, Gazatri Art, dan Niwa Crafting, dimana ketiga UMKM tersebut berada di pusat kota Malang dengan durasi kegiatan hingga website siap dipakai adalah satu tahun. Preman Super adalah UMKM yang menaungi beberapa ibu rumah tangga penghasil makanan kecil dan industri rumahan, sedangkan Niwa Crafting adalah usaha yang menghasilkan berbagai barang rajutan, sedangkan Gazatri Art adalah usaha yang menghasilkan berbagai produk hasil dari pengolahan barang bekas.

Pemasaran produk melalui internet menjadi salah satu solusi bagi UMKM tersebut karena sampai sekarang, mereka belum memiliki tempat yang secara rutin memajang produk mereka dikarenakan menyewa tempat di tempat strategis sangat mahal. Selain itu, produk mereka tidak cukup banyak untuk dapat dipajang.

METODE

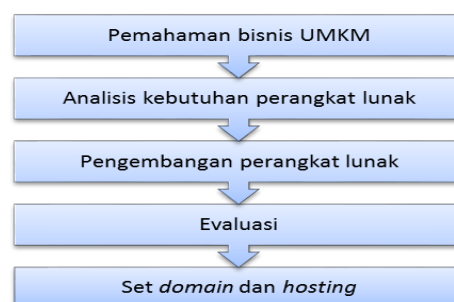
Dalam rangka pengenalan penggunaan internet untuk pemasaran, terdapat tiga rangkaian kegiatan yang dilakukan yaitu 1) pengembangan toko online untuk masing-masing UMKM berikut domain dan hosting untuk tiga tahun, 2)

pelatihan internet yang terdiri dari pengenalan internet, pemanfaatan media online untuk promosi yang dibagi menjadi total tujuh modul, 3) pengadaan alat-alat yang dibutuhkan untuk pemasaran online yang terdiri dari kamera serta perlengkapan sederhana memotret, laptop, dan modem serta koneksi internet selama tiga tahun. Gambar 1 menunjukkan alur kegiatan, dimana pelatihan yang berkaitan dengan pengenalan internet dilakukan bersamaan dengan penggalian kebutuhan.

Pengembangan perangkat lunak dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan Gambar 1 yang terdiri dari: 1) pemahaman bisnis UMKM, 2) menentukan kebutuhan perangkat lunak, 3) mengembangkan perangkat lunak, 4) evaluasi pengembangan, 5) melakukan perbaikan yang dibutuhkan, 6) Set domain dan hosting.

Gazatri Art adalah organisasi UMKM yang mendapatkan penghasilan lebih melalui berbagi informasi dan tidak berfokus pada produk yang dijual. Adapun apabila ada produk yang laku, itu adalah sampingan dari hasil berbagi informasi. Sehingga, Gazatri Art memiliki fokus informasi yang berbeda dengan 2 UMKM lainnya lagi.

Hasil dari analisis kebutuhan perangkat lunak Pemodelan use case digunakan untuk menspesifikasikan perilaku sistem (IBM, 2007). Pengembangan aplikasi menggunakan framework PrestaShop dengan penyesuaian yang disesuaikan dengan tipe UMKM.



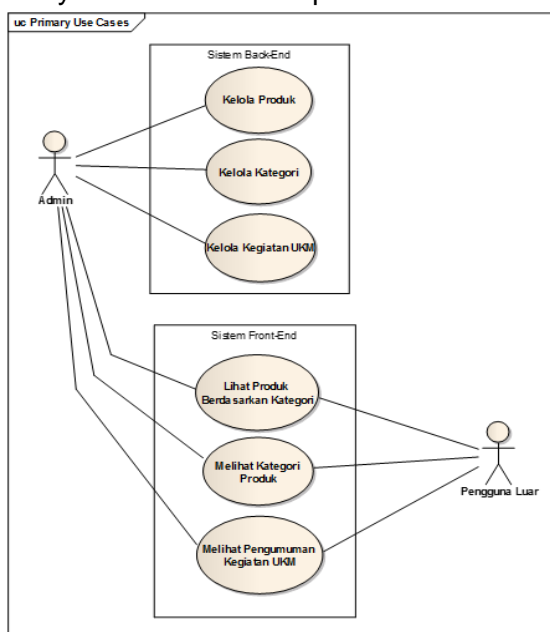
Gambar 1. Alur Pengembangan Website

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang ditunjukkan dengan Gambar 2 dan Gambar 3, maka dihasilkan sebuah aplikasi dengan kebutuhan paling sedikit adalah sebagai berikut:

1. Browser untuk mengakses halaman website, misalnya : Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera dan Internet Explorer.
2. Penyewaan tempat hosting dan domain : sebagai tempat file – file aplikasi agar dapat diakses secara online dimana pun dan kapan pun.
3. OS yang dibutuhkan adalah OS yang support dengan browser pada point 1.
4. Aplikasi membutuhkan DBMS Mysql untuk berjalan.

Gambar 2 dan Gambar 3 menunjukkan perbedaan kebutuhan Gazatri Art dengan UMKM lain. Kebutuhan yang berbeda adalah tidak adanya pengelolaan pengguna untuk Gazatri Art. Gazatri Art lebih berfokus pada menyebarkan informasi daripada melakukan transaksi secara online. Sementara UMKM lainnya menginginkan transaksi yang dilakukan online selain menyebarkan informasi produk.



Gambar 2. Use Case Diagram Kebutuhan Gazatri Art

Karena kebutuhan fungsional yang berbeda, maka aplikasi yang dihasilkan sedikit berbeda walaupun menggunakan framework prestashop. Beberapa fitur memiliki kemiripan penggunaan dan tampilan seperti fitur penambahan data (Gambar 4).

Secara umum seluruh website memiliki fitur untuk menambah produk, karena website ini diharapkan dapat menjadi saluran untuk mengkomunikasikan produk. Akan tetapi, Gazatri Art juga mengharapkan adanya sarana untuk mengkomunikasikan kegiatan, maka Gazatri Art memiliki halaman yang berisi kegiatan yang dilakukan oleh UMKM. Keunikan lainnya yang dimiliki oleh Gazatri Art adalah fokusnya yang lebih pada sosial, maka halaman kegiatan ditampilkan di halaman muka (Gambar 5).

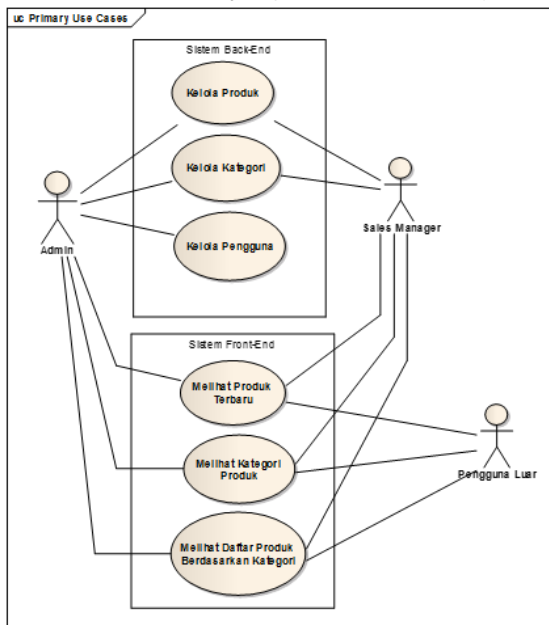
KESIMPULAN

Pembuatan lapak online dalam hal ini menggunakan website untuk menjual produk dapat menjadi alternatif pilihan bagi UMKM. Saat ini telah banyak framework toko online gratis yang dapat dengan mudah diunduh dari internet seperti prestashop, akan tetapi tetap dibutuhkan modifikasi pada framework tersebut untuk dapat dihasilkan aplikasi yang memang sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM.

UMKM terlihat antusias dalam belajar menggunakan aplikasi, akan tetapi dibutuhkan pengamatan setelah penyerahan aplikasi dan pendukungnya untuk mengetahui apakah teknologi yang diperkenalkan tersebut memang dipergunakan dan dapat dirasakan manfaatnya oleh UMKM.

Untuk benar-benar dapat merasakan manfaat e-commerce yang telah diperkenalkan pada UMKM, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM, yaitu terbatasnya sumber daya, pe-

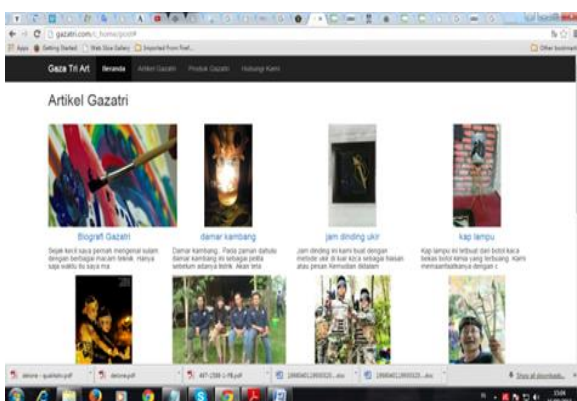
ngetahuan sistem informasi yang terbatas, dan keahlian TI yang belum berkembang (Zach dan Munkyold, 2009). Selain itu, Dibutuhkan komitmen yang sangat tinggi dari top level manajemen untuk mendapatkan manfaat sistem berbasis komputer dalam rangka menghemat biaya dan manfaat lainnya (Kale et al.,2010).



Gambar 3. Use Case Diagram Kebutuhan UMKM



Gambar 4. Tampilan memasukkan data produk dengan framework Prestashop



Gambar 5. Tampilan halaman kegiatan Gazatri Art

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini merupakan bagian dari IPTEKDA LIPI XVII yang dilaksanakan pada tahun 2014. Terima kasih kami ucapkan kepada LIPI serta LPPM Universitas Brawijaya yang memungkinkan kegiatan ini terjadi. Selain itu, terima kasih kami haturkan pada HWPRI yang telah membantu seluruh proses dapat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Somali, S.A., Gholami, R., dan Clegg, B., 2011. 'An Invest igat ion int o t he Adopt ion of Elect ronic Commerce Among Saudi Arabi an SMEs'. Journal of Electronic Commerce in Organizations Vol. 9 no.2, pp. 41-65.

Hardum, S. 2014. Kontribusi Besar Sektor UKM untuk Ekonomi Nasional, pada Berita Satu, diakses pada 1 Agustus 2015, dari <http://www.beritasatu.com/ekonomi/225157-kontribusi-besar-sektor-ukm-untuk-ekonomi-nasional.html>

Heikkila, J., Saarinen, T., dan Saaksjarvi, M., 1991. 'Success of software packages in small business: An exploratory study'. European Journal of Information Systems. vol. 1 no. 3. pp.159-169.

IBM, 2007, Writing Good Use Cases (REQ570 / RR631),International Business Machines Corporation.

Kale, P.T., Banwait, S.S., and Laroija, S.C., 2010. 'Performance evaluation of ERP implementation in Indian SMEs', Journal of Manufacturing Technology Management, Vol. 21 No. 6, pp. 758-780, 2010.



Sudaryanto, Ragimun, dan Wijayanti, R.,
n.d.,Strategi Pemberdayaan UMKM
Menghadapi Pasar Bebas ASEAN,
diakses pada 1 September 2015
dari
<http://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/Strategi%20Pemberdayaan%20UMKM.pdf>

Zach, O., dan Munkvold, B., 2012.
'Identifying reasons for ERP system
customization in SMEs: a multiple
case study', Journal of Enterprise
Information Management, Vol. 25
No. 5, 2012 pp. 462-478, 2011.