

# DUKUNGAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus UMKM Makehate Bandung)

Mhd. Rozahi Istambul

Universitas Widyatama  
Jl. Cikutra 204 A Bandung  
Email : rozahi.istambul@widyatama.ac.id

## ABSTRAK

*Saat ini perkembangan suatu perusahaan atau unit kegiatan / usaha di masyarakat semakin menunjukkan tingkat kemampuan dan kompetisi yang tidak dapat dihindari, unit tersebut dapat dikenal sebagai pelaku bisnis; jasa; sosial; hingga organisasi yang ada dimasyarakat dan pemerintahan. Setiap unit tersebut harus selalu berusaha menampilkan potensinya yang merupakan wujud dari kemampuan internalnya dalam memberikan informasi tentang kegiatannya pada pelanggan / konsumen / lingkungan masyarakatnya. Banyak yang dapat dilakukan oleh unit-unit kegiatan tersebut sebagai langkah strategi untuk memenangkan persaingan atau memberikan pelayanan informasi optimal. Beberapa kegiatan yang dapat dijadikan modus untuk meningkatkan inovasi pada setiap unit bersangkutan, yaitu promosi unit-unit pada stakeholdernya dengan memanfaatkan website yang saat ini sudah menjadi trend dalam memperkenalkan aktivitas yang dilakukan oleh suatu unit/organisasi. Ada banyak usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia. Sampai tahun 2011, jumlahnya konon mencapai 52 juta UMKM. Akan tetapi perkembangan UMKM agar berkembang masih terhambat berbagai persoalan seperti modal, manajemen bisnis sampai strategi pemasaran. Padahal, khususnya soal pemasaran, dengan memanfaatkan internet pelaku UMKM dapat lebih meningkatkan pemasarannya. Lalu, bagaimana caranya meningkatkan usaha kecil menengah melalui internet ?. Berkembangnya dukungan teknologi informasi telah mampu dimanfaatkan oleh berbagai pihak termasuk UMKM dalam mempromosikan hasil usahanya secara lebih efisien.*

**Kata kunci:** *promosi, UMKM, teknologi, internet*

## 1. PENDAHULUAN

Statistik menunjukkan saat ini dari sekitar 17 juta UMKM di Indonesia hanya 75 ribu UMKM yang sudah memiliki website sendiri. Sebagian besar UMKM ini belum merasa membutuhkan promosi *online* karena mereka menganggap hal tersebut masih terlalu mahal, rumit, atau mereka tidak sempat untuk melakukannya [1]. Program pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) disaat krisis global menjadi penopang perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak bisa lagi dipandang sebelah mata karena hampir 90 persen sektor ekonomi nasional ditopang oleh UMKM dan hampir seluruh rakyat menengah ke bawah terbantu dengan sektor ini. Pentingnya UMKM dan Pengusaha untuk perekonomian Indonesia sangat dibutuhkan peran semua pihak dalam memberikan kemudahan terhadap UMKM dalam melanjutkan produktifitas dan kreatifitas antara lain : 1) Perijinan; 2) Permodalan; 3) Pemasaran.

Kemajuan teknologi informasi ternyata menawarkan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya melalui dunia maya. Bahkan sekarang ini hampir semua jenis usaha bisa mereka jalankan secara online, baik peluang bisnis di bidang jasa, industri makanan dan minuman, agrobisnis, industri kreatif, dan lain sebagainya. Tidaklah heran bila belakangan ini sebagian besar masyarakat mulai memanfaatkan kemudahan tersebut untuk mengembangkan usahanya hingga menembus pasar mancanegara.

Meskipun bagi sebagian orang menjalankan bisnis online terbilang cukup mudah, namun bukan berarti pula bisnis tersebut bebas hambatan. Berbagai macam kendala bisnis online pun ditemui para pelaku usaha dalam menjalankan perusahaannya. Salah satunya yaitu ketika mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Untuk meningkatkan pemasaran dan kontrol transaksi, maka usaha mikro kecil menengah (UMKM) harus gencar melakukan promosi. Salah satu yang dapat dilakukan dengan membuat website yang mana

UMKM dapat mempromosikan produk - produk yang dimilikinya ke seluruh dunia.

Distro sudah menjadi sebuah fenomena baru yang hadir khususnya di kota besar di Indonesia. Keberadaan distro menjadi sebuah *trend center* untuk menghadirkan gaya busana remaja dan anak muda dengan berbagai macam keunikan dan kelebihannya. Mengamati perkembangan distro di kota besar ibarat kita mengamati deret hitung yang setiap tahun selalu mengalami peningkatan yang cukup pesat. Di Bandung sendiri saat ini sudah ada banyak distro yang bisa kita temui, bahkan mereka hadir disetiap sudut kota dengan berbagai macam produk busana yang dibutuhkan remaja dari ujung kaki hingga ujung kepala. Melihat isi distro sama halnya kita melihat perkembangan gaya busana remaja yang sedang populer pada saat ini karena apa yang disediakan dan dilihat pada *display* distro, itu pula yang menjadi kesukaan remaja saat ini dalam memilih model pakaian.

Makehate adalah produsen kaos distro yang berpusat di Bandung yang didirikan pada awal tahun 2010, awal kemunculannya Makehate mengusung tema kaos etnik dan moderen, dengan desain tempat-tempat bersejarah yang ada di Bandung dan tokoh-tokoh masyarakat yang ada di tatar sunda. Dalam perkembangannya Makehate dihadapkan pada beberapa masalah baik dari sisi intern maupun dari sisi ekstern. Dalam upaya mempertahankan eksistensinya dan sekaligus mampu memenangkan persaingan dalam meraih pelanggan, Makehate yang mengusung tema budaya sunda, berbenah diri dalam upaya memenuhi tuntutan pelanggan yang semakin berubah secara cepat.

Sarana dan prasana yang dibutuhkan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan salah satunya dengan adanya sistem informasi. Dimana dengan adanya sistem informasi promosi penjualan ini dapat membantu meningkatkan daya saing dan dapat mempermudah pelanggan dalam mencari kebutuhan pakaian yang dibutuhkan. Salah satu sistem informasi tersebut adalah sistem informasi promosi penjualan *online*.

## 2. DESAIN DAN PERANCANGAN

### 2.1. Desain Pengembangan Sistem

Dalam mengembangkan produk UMKM dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai basisnya, maka dapat dirujuk beberapa teori yang

mendasarinya, yakni menurut Ellsworth Jill H. & Ellsworth Matthew V mendefinisikan WWW sebagai berikut “ WWW adalah sistem client/server yang dirancang untuk menggunakan dokumen hypertext dan hypermedia via Internet. WWW menggunakan HTTP (Hypertext Transfer Protocol) untuk bertukar informasi, image, dan data lain. Dokumen diformat dalam HTML (Hypertext Markup Language) yang digunakan untuk menciptakan halaman dan dokumen yang disajikan pada Web “ [2].

Menurut Rangkuti mengenai analisis SWOT pada suatu perusahaan adalah Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT terdiri dari strength, weakness, opportunity dan threats yang dianalisa oleh perusahaan tersebut untuk menentukan langkah-langkah strategis untuk perusahaan tersebut. Berikut ini penjelasan analisis SWOT [3]:

#### ❖ Strength

Kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan para pesaing. Misalnya kekuatan pemasaran dan penjualan.

#### ❖ Weakness

Kelemahan yang biasanya berbentuk masalah-masalah yang dihadapi oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan para pesaingnya.

#### ❖ Opportunity

Peluang merupakan suatu bidang kebutuhan pembeli di mana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Peluang dapat digolongkan menurut daya tariknya dan kemungkinan berhasilnya.

#### ❖ Threats

Ancaman merupakan tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan yang akan mengurangi penjualan dan laba jika tidak dilakukan tindakan defensive (pertahanan).


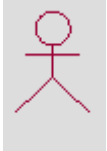
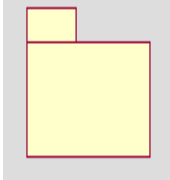


Dalam mengembangkan sistem yang berbasis web ini maka digunakan model UML untuk merancang kebutuhan web UMKM tersebut. Model yang dimaksud adalah *Unified Modelling Language (UML)*, yang mana UML bukanlah suatu proses melainkan bahasa pemodelan secara grafis untuk menspesifikasikan, memvisualisasikan, membangun, dan mendokumentasikan seluruh rancangan sistem perangkat lunak [4].

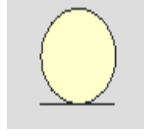
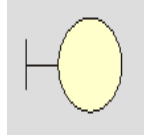

Penggunaan model ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang termasuk dalam lingkup sistem yang dibahas dan bagaimana hubungan antara sistem dengan subsistem maupun sistem lain diluarnya.

Pemodelan menggunakan *UML*, pengembang dapat melakukan :

- ❖ Tinjauan umum bagaimana arsitektur sistem secara keseluruhan
- ❖ Penelaahan bagaimana objek-objek dalam sistem saling berinteraksi, mengirimkan pesan dan saling bekerjasama satu sama lain.
- ❖ Menguji apakah sistem perangkat lunak sudah berfungsi seperti seharusnya.
- ❖ Dokumentasi sistem perangkat lunak untuk keperluan-keperluan tertentu dimasa yang akan datang.

Tabel 1. Daftar Simbol UML [5]

Gambar symbol	Nama Symbol	Keterangan
	<i>Use case</i>	Deskripsi dari urutan aksi-aksi yang ditampilkan sistem yang menghasilkan suatu hasil yang terukur bagi suatu aktor
	<i>Actor</i>	Menspesifikasikan himpunan peran yang dimainkan ketika berinteraksi dengan <i>use case</i> .
	<i>Package</i>	suatu simbol yang memberikan batasan dan komentar yang dikaitkan pada suatu elemen atau kumpulan elemen
	<i>Class</i>	Himpunan dari objek-objek yang berbagi atribut serta operasi yang sama.
	<i>Control</i>	Mengkordinasikan aktifitas dalam sistem

	<i>Entity</i>	Kelas yang berhubungan data dan informasi yang dibutuhkan oleh sistem
	<i>Boundary</i>	Kelas yang memodelkan interaksi antar satu atau lebih aktor dengan sistem
	<i>Activity</i>	Memperlihatkan bagaimana masing-masing kelas antarmuka saling berinteraksi satu sama lain

Selanjutnya UML menyediakan 9 jenis diagram yang dapat dikelompokkan berdasarkan sifatnya, yaitu :

- ❖ Class diagram, *Class Diagram* adalah diagram yang digunakan untuk menampilkan beberapa kelas serta paket-paket yang ada dalam sistem perangkat lunak yang akan dikembangkan, Diagram Kelas memberi gambaran statis tentang sistem perangkat lunak dan relasi-relasi yang ada didalamnya
- ❖ Use case diagram, Adalah suatu kumpulan urutan interaksi diantara *user* dengan sistem untuk mencapai suatu tujuan dimana *use case* ini menggambarkan kebutuhan fungsional suatu sistem tanpa menampilkan struktur internal sistem
- ❖ Sequence diagram, Adalah diagram yang digunakan untuk menggambarkan *event* yang dilakukan *aktor eksternal* pada sistem atau *inter system event* dilihat dalam satu *use case*.
- ❖ Collaboration diagram, mendefinisikan peran-peran yang dimainkan ketika satu tugas dilakukan. Peran-peran dimainkan oleh instant-instan yang berinteraksi, dan menyatakan hubungan komunikasi antara objek-objek yang menunjuknya
- ❖ State chart diagram, merupakan perluasan dari *diagram state* yang mendeskripsikan objek berupa *state-state* yang dimiliki, kejadian-kejadian yang berlangsung beserta transisi yang terjadi
- ❖ Activity diagram, adalah Representasi secara grafis dari proses dan *control flow* dan berfungsi untuk memperlihatkan alur dari satu aktivitas ke aktivitas yang lain serta menggambarkan perilaku yang kompleks

- ❖ Component diagram, adalah *diagram* yang menunjukkan organisasi dan ketergantungan di antara sekumpulan komponen. Diagram ini memodelkan pandangan implementasi fisik dari sistem.
- ❖ Deployment diagram, adalah penggambaran tugas-tugas kongkrit dari setiap *node/software* yang terlibat dalam jaringan sistem, menampilkan keseluruhan *node* dalam jaringan serta hubungan dari *node-node* tersebut termasuk proses-proses yang terlibat di dalamnya.
- ❖ Package diagram, adalah Penggambaran dan pengelompokan kelas-kelas yang terdapat pada perangkat lunak yang dibangun sesuai dengan fungsi atau subsistem aplikasi yang mempunyai ketergantungan satu sama lainnya.

## 2.2. Analisa Sistem

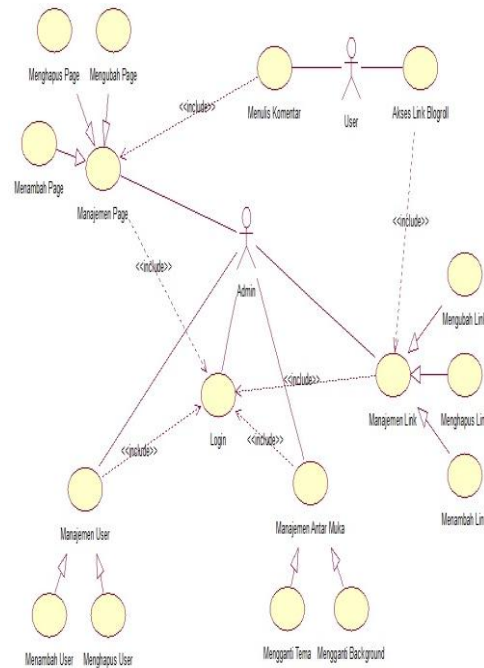
Fungsi utama yang akan dibangun dalam website Makahate, yaitu :

1. Home  
Berisi kata sambutan kepada pengunjung website atas kesediaannya untuk mengunjungi website ini.
2. Cara Order  
Berisi informasi mengenai bagaimana melakukan pemesanan produk – produk dari Makehate, mulai dari ketentuan pemesanan, media pengiriman, sampai cara pembayaran yang harus dilakukan oleh calon pembeli.
3. Developer  
Berisi informasi mengenai profil dari pembuat website beserta instansi yang bekerjasama dalam pembuatan website ini.
4. Makehate  
Berisi informasi mengenai sejarah awal berdirinya Makehate, asal – usul nama Makehate itu sendiri, sampai informasi mengenai karakter desain yang akan dibangun oleh Makehate, semuanya dapat dibaca pada halaman ini.
5. Produk  
Berisi informasi mengenai produk – produk apa saja yang di miliki oleh Distro Makehate Bandung.
6. Profil Perusahaan  
Berisi informasi mengenai awal berdirinya distro Makehate, profil pemilik Makehate, serta informasi yang berkaitan dengan program pengembangan produk yang akan dilakukan.
7. Gallery Foto  
Berisi dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh distro Makehate.

8. Blogroll  
Berisi link – link yang terkait dengan beberapa UMKM yang bekerja sama dengan KADIN Kota Bandung.

## 2.3. Rancangan Sistem

Sebagai gambaran umum mengenai diagram use case sistem informasi penjualan adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. Use Case Business Diagram Sistem Informasi Penjualan**

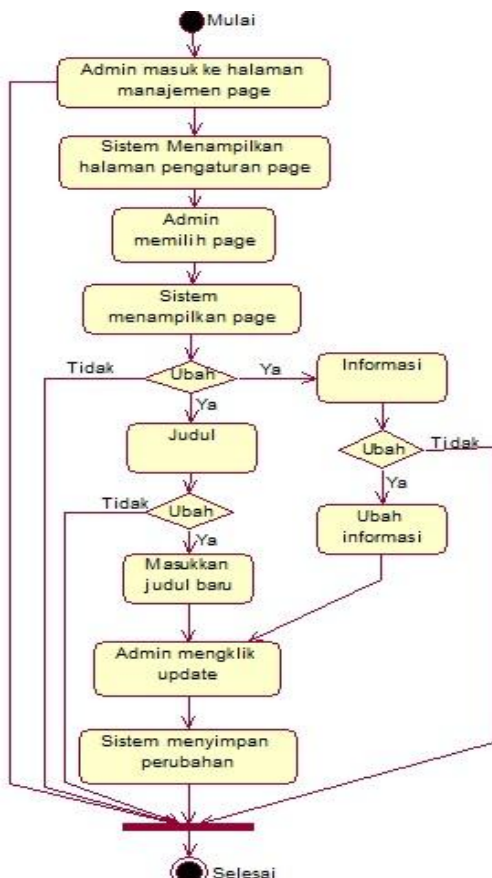
Berikut salah satu contoh skenario use mengubah page pada sistem informasi penjualan, seperti berikut :

**Tabel 2. Skenario Use Case Mengubah Page**

Nama Use Case	Mengubah Page (Merupakan proses mengubah page pada halaman utama).	
Aktor	Admin	
Type	Primary	
Goal	Mengubah page pada halaman website.	
Precondition	Masuk pada halaman manajemen page.	
Postcondition	Berhasil mengubah page.	
	Aktor	Sistem
	1. masuk pada	

Steps	halaman manajemen page.	
		2. Menampilkan halaman manajemen page.
	3. memilih <i>page</i> .	
	4. klik edit.	
		5 Menampilkan <i>page</i> .
	6. megubah judul.	
	7. mengubah informasi.	
	8. klik <i>update</i> .	
		9. Menyimpan perubahan.

Selanjutnya akan dirancang activity diagram uses case mengubah page, menjadi seperti berikut :



Gambar 2. Activity Diagram Mengubah Page

Lebih lanjut analisis use case yang dilakukan untuk menangani proses-proses yang dilakukan pada *current system* pada use case sistem informasi penjualan adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Analisis Use Case

No.	Nama Proses	Manual	Otomatis
1.	<i>Login</i>	✓	
2.	<i>Manajemen Page</i>	✓	
3.	<i>Menambah Page</i>	✓	
4.	<i>Menghapus Page</i>	✓	
5.	<i>Mengubah Page</i>	✓	
6.	<i>Manajemen Link</i>	✓	
7.	<i>Menambah Link</i>	✓	
8.	<i>Menghapus Link</i>	✓	
9.	<i>Mengubah Link</i>	✓	
10.	<i>Manajemen Antar Muka</i>	✓	
11.	<i>Mengganti Tema</i>	✓	
12.	<i>Mengganti Background</i>	✓	
13.	<i>Manajemen User</i>	✓	
14.	<i>Menambah User</i>	✓	
15.	<i>Menghapus User</i>	✓	
16.	<i>Input komentar</i>	✓	
17.	<i>Akses link blogroll</i>	✓	

Adapun karakteristik pengguna sistem informasi penjualan ini dapat dibagi menjadi beberapa kriteria, seperti dalam tabel berikut:

Tabel 4. Karakteristik Pengguna Admin

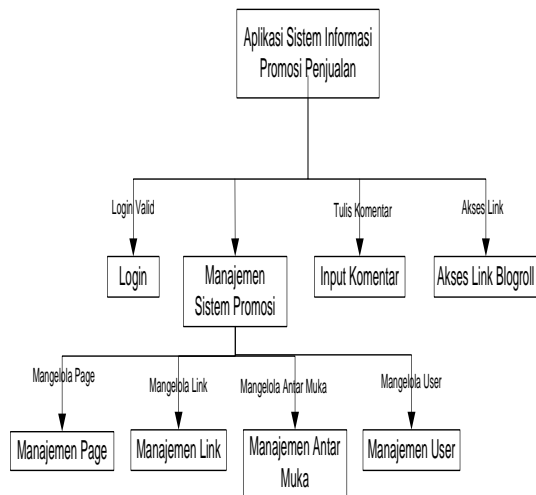
Pengguna	Admin Yang Mengatur Isi Web
Kualifikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai kemampuan dasar di bidang komputer.</li> <li>2. Dapat mengoperasikan sistem operasi <i>Windows</i>.</li> <li>3. Mempunyai kemampuan dasar tentang <i>wordpress</i>.</li> </ol>

**Tabel 5. Karakteristik Pengguna User**

Pengguna	User Yang Menggunakan Web
Kualifikasi	1. Mempunyai kemampuan dasar dalam mengoperasikan komputer. 2. Mengerti tentang internet dan dapat mengoperasikannya.

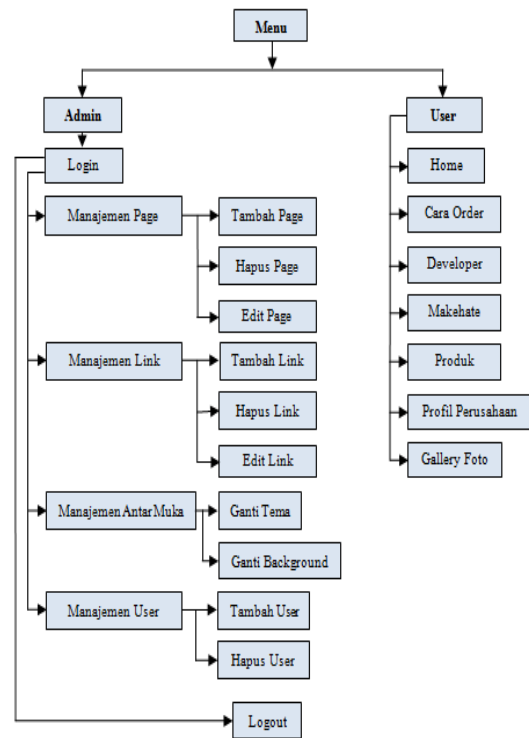
**2.4. Rancangan Modul dan Menu**

Perancangan modul dari aplikasi Sistem Informasi promosi penjualan ini digambarkan dalam bentuk *Structure chart* sebagai berikut:



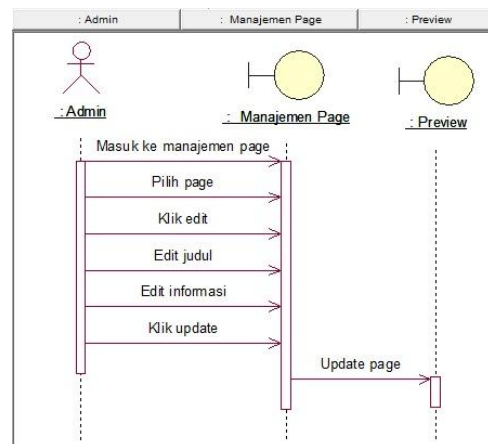
**Gambar 3. Perancangan Modul**

Berikut ini merupakan menu aplikasi dari sistem informasi promosi penjualan digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 4. Perancangan Menu**

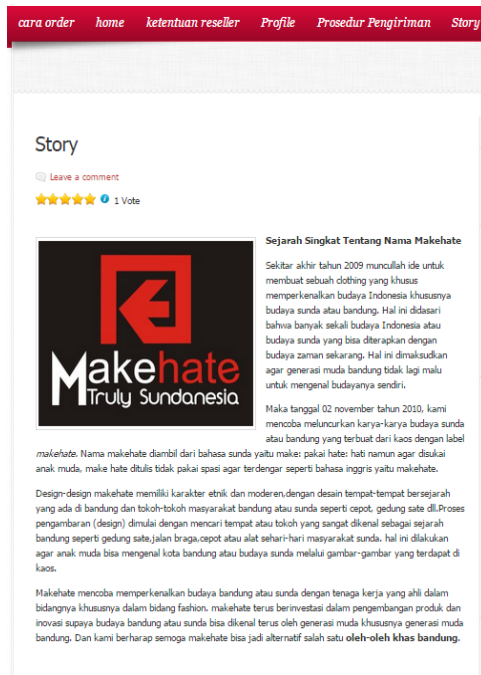
Gambar berikut merupakan salah satu contoh sequence diagram dari mengubah page, yaitu :



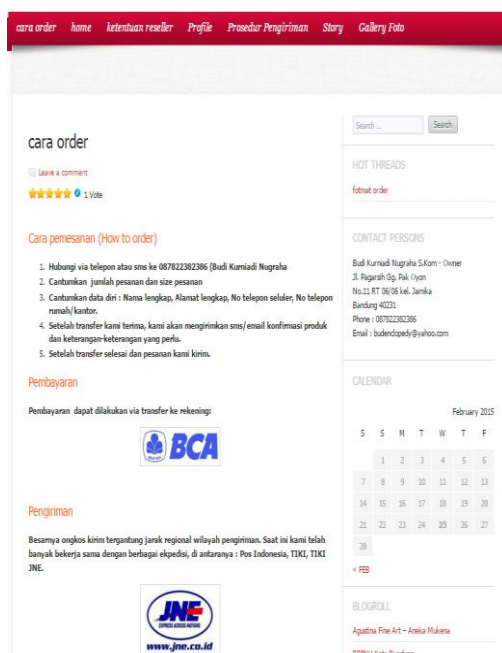
**Gambar 5. Sequence Diagram Uses Case Mengubah Page**

**3. HASIL PENELITIAN**

Berikut merupakan hasil akhir dari desain dan rancangan dari sistem informasi penjualan Makehate, sebagai berikut :



Gambar 6. Menu Story



Gambar 7. Menu Order

## 4. KESIMPULAN

### 4.1. Simpulan

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan pada paparan terdahulu, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan aplikasi sistem informasi promosi penjualan ini, pemilik usaha dapat mengetahui produk mana saja yang banyak diminati oleh konsumen dilihat dari banyaknya komentar.
2. Dengan adanya aplikasi sistem informasi promosi penjualan ini, konsumen dapat mengetahui informasi baik yang berkaitan dengan produk maupun informasi yang berkaitan dengan lingkungan perusahaan.
3. Tujuan utama dari UMKM Makehate dapat terwujud dengan dipasarkannya produk menggunakan website, agar user dapat dengan mudah melihat informasi keseluruhan dari produk Makehate.
4. Biaya pemasarannya menjadi jauh lebih murah dan efisien karena saat ini Makehate hanya menyebarkan alamat website.

### 4.2. Saran

Demi kelancaran operasional secara umum dan manfaat yang diberikan, maka peneliti mengajukan beberapa usulan berupa saran sebagai pertimbangan, antara lain:

1. Melihat sistem aplikasi yang telah di buat, hanya menangani masalah promosi pemasaran. Penulis menyarankan untuk dikembangkan lagi kearah transaksi penjualan produk (*e-commerce*), sehingga pembeli dan calon pembeli dapat melakukan pembelian produk secara langsung.
2. Perlu dibangun basis data untuk menampung seluruh informasi agar informasi terkelola dengan baik sehingga kebutuhan user akan informasi dapat terpenuhi.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kompas.com, di akses pada tanggal 5 mei 2012.
- [2]. Jill H. Ellsorth, Matthew V., 1994, "The Internet business book", Wiley
- [3]. Rangkuti, Freddy, 2006, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [4]. Mathiassen, Lars., 2000, "Object-Oriented Analysis and Design", Marko Publishing. Denmark.
- [5]. Flower, Martin, 2005, "UML Distilled", Edisi 3 : Andi Yogyakarta.
- [6]. Jeffry L. Whitten., 1999, " Metode Desain Dan Analisis Sistem, edisi ke-6 : Andi. Yogyakarta.