



BIMBINGAN TEKNIS PENGENALAN SISTEM INFORMASI UMKM BANTUL PADA KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT KABUPATEN BANTUL

Muhammad Sholeh, Rr. Yuliana Rachmawati, Joko Triyono
Fakultas Teknologi Industri Institut Sains & Teknologi AKPRIND
Jl. Kalisahak 28 Yogyakarta
Email : muhash@akprind.ac.id

Naskah diterima; November 2019; revisi November 2019;
Disetujui; Desember 2019; publikasi online Desember 2019

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya mengubah cara berkomunikasi masyarakat namun juga metode dalam berdagang. Masyarakat sudah mulai terbiasa dengan melakukan transaksi dengan teknologi informasi. Hal ini terlihat dengan tumbuhnya toko online yang menawarkan berbagai produk barang. Sebagai pelaku UMKM, perubahan paradigma masyarakat dalam bertransaksi harus diikuti dengan menawarkan ataupun transaksi dengan teknologi informasi. Kesempatan ini harus antisipasi para pelaku UMKM. Upaya untuk mendukung penggunaan internet sebagai media promosi adalah dengan menggunakan sistem informasi UMKM. Sistem informasi UMKM ini dirancang untuk mempromosikan para pelaku UMKM khususnya yang ada di kabupaten Bantul. Agar penggunaan sistem informasi UMKM ini dapat berjalan dengan baik, perlu adanya pelatihan dan pendampingan penggunaan sistem. Pendampingan kegiatan sudah dilakukan khususnya pada kelompok masyarakat yang tergabung dalam kelompok informasi masyarakat kabupaten Bantul.

Kata kunci : UMKM. Internet, promosi, kelompok informasi masyarakat

Abstract

The development of information and communication technology has not only changed the way people communicate, but also trading methods. The public has begun to get used to making transactions with information technology. This can be seen with the growth of online stores that offer a variety of products. As SMEs, the change in people's paradigm in transactions must be followed by offers or transactions with information technology. This opportunity must be anticipated by the SMEs. Efforts to support the use of the internet as a promotional medium are to use the MSME information system. This MSME information system is designed to promote MSME principals especially those in Bantul district. In order for the use of this MSME information system to work properly, there needs to be training and assistance in using the system. Mentoring activities have been carried out, especially for community groups incorporated in the Bantul district community information group.

Keywords: MSME. Internet, promotion, community information groups

A. PENDAHULUAN

Internet saat ini sudah merambah diberbagai pelosok dan menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia, media sosial sudah menjadi salah satu ciri gaya hidup modern. Peluang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi harus diantisipasi oleh para pelaku UMKM. Banyak cara dan fasilitas yang sudah ada di internet dalam penggunaan media internet sebagai media promosi dan transaksi. Penggunaan internet sebagai media promosi dan transaksi sering disebut dengan E-commerce atau marketplace untuk UMKM sebenarnya sama dalam melakukan transaksi seperti yang dilakukan dalam toko, pasar atau mall dan yang membedakan adalah media yang digunakan adalah internet dan dilakukan secara online. Seperti layaknya pusat belanja, berjualan dengan e-commerce juga membutuhkan promosi terutama melalui media internet.

Dari sisi promosi keuntungan berjualan di marketplace untuk UMKM melalui online diantaranya adalah pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan mengoptimalkan media internet, pasar promosi semakin luas dan ada kemungkinan pengguna internet yang terkoneksi dengan internet dapat melihat promosi yang dilakukan tanpa ada batas geografis. Produk yang ditawarkan melalui internet tidak hanya dilihat oleh calon konsumen dalam negeri, tapi juga bisa menarik pangsa internasional.

Perkembangan e-commerce, saat ini sudah banyak alternatif dalam menggunakan layanan e-commerce yang dipilih oleh pelaku UMKM, seperti tokopedia.com, bukalapak.com dan lainnya. Disamping menggunakan layanan e-commerce yang berskala nasional, pelaku UMKM juga mestinya menggunakan layanan lain yang tentunya dapat meningkatkan nilai lebih dari pelaku UMKM tersebut. Salah satu layanan yang ada, khususnya untuk pelaku di kabupaten

Bantul adalah sistem informasi UMKM. Layanan ini dapat diakses di www.wartacara.com/UKM.

Merebaknya internet merupakan dampak dari berkembangnya infrastruktur teknologi informasi. Dari perkembangan tersebut maka muncul paradigma baru dalam melakukan proses bisnis yaitu dengan menggunakan internet dan infrastruktur teknologi informasi. Proses bisnis yang dilakukan melalui media teknologi informasi dan internet tersebut dikenal dengan sebutan e-commerce. E-commerce merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat melakukan operasionalnya. Beberapa perusahaan e-commerce tersebut ada yang menyediakan ruang untuk para pelaku usaha lain agar dapat menampilkan produknya di website e-commerce tersebut. Hal tersebut menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik yang kita kenal dengan sebutan marketplace. Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. Dalam marketplace tersebut setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk diperjualkankan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya marketplace tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah. Marketplace mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap - lengkapnya tentang produk yang mereka jual di marketplace seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain-lainnya.

Penelitian dan makalah di jurnal yang mengupas mengenai sistem informasi UMKM dan marketplace sudah sering dikupas dan dibahas. Walaupun sudah banyak yang meneliti atau menulis, penelitian atau tulisan UMKM tetap

menjadi menarik, hal ini mengingat setiap pelaku UMKM dan daerah dimana pelaku UMKM ada tentunya mempunyai karakteristik tersendiri. Beberapa tulisan yang menjadi rujukan diantaranya (Kodong, 2012), (Yustiani & Yunanto, 2017), (Taryadi, Yunianto, & Royani, 2015), (Fauzi, Wibowo, & Putri, 2018), (Mirza & Putra, 2019)

Kodong dalam makalah di jurnal mengupas mengenai internet yang mempermudah kehidupan manusia dalam segala bidang, tak terkecuali dalam bidang jual beli dan promosi, dimana dengan internet proses jual beli dapat dilakukan lebih mudah, bagi penjual. Pelaku UKM dapat dengan mudah mempromosikan barang yang di jual, dapat dengan mudah menemukan barang yang dibutuhkan. Kelemahan yang ada adalah untuk membuat sebuah website penjualan suatu toko membutuhkan dana yang besar, oleh karena itu dibutuhkan satu metode baru dalam dunia bisnis, yaitu elektronik market karena prosesnya dilakukan menggunakan media elektronik dan internet yaitu dengan metode elektronik toko. Metode tersebut dengan mengumpulkan berbagai jenis toko ke dalam sebuah website. Dalam yang dibangun terdapat fasilitas newsletter yang dapat dikomentari oleh pemilik account lainnya. Dengan cara ini diharapkan komunikasi antara penjual dan pembeli serta pemilik toko satu dengan yang lain lebih erat, sehingga ditinjau dari aspek sosial dan bisnis ini sangat menguntungkan karena dapat menambah relasi dan pertemanan. (Kodong, 2012),

Kajian tentang marketplace ditulis oleh Yusuiani, (Yustiani & Yunanto, 2017), Marketplace merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. Dalam marketplace tersebut setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk diperjualkan tanpa perlu repot membangun sistem. Adanya marketplace tersebut sangat menguntungkan para pelaku usaha,

terutama usaha kecil dan menengah. Marketplace mempermudah pelaku usaha kecil dan menengah tersebut dalam melakukan operasional. Dengan adanya pasar virtual tersebut maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap - lengkap nya tentang produk yang mereka jual di marketplace seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain.

Demikian juga Taryadi juga mengupas tentang marketplace. (Taryadi et al., 2015) E- marketplace dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk secara elektronik. Metode analisis yang digunakan yaitu metode e-readiness untuk pemasaran on-line dengan menggunakan enam indikator yaitu kepedulian, tata kelola, konsistensi, sumber daya bisnis, sumber daya manusia dan sumber daya teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umkm batik telah memiliki tingkat kesiapan yang cukup siap menggunakan sarana teknologi informasi untuk memasarkan produknya yaitu melalui saran e-marketplace. Selain itu studi ini juga menghasilkan model bisnis untuk e-marketplace

Fauzi dalam jurnal menulis mengenai perkembangan e-commerce. Perkembangan teknologi layanan e-commerce berbasis marketplace sudah sangat marak di Indonesia. Namun, belum ada layanan jasa percetakan berbasis marketplace. Padahal kebutuhan jasa percetakan di masyarakat tetap tinggi. Layanan jasa percetakan yang ada saat ini adalah layanan berbasis business to consumer (B2C) sehingga masyarakat harus membanding informasi harga dan layanan secara langsung ke pemilik percetakan baik online maupun offline. Salah satu solusi dari permasalahan tersebut adalah membuat sistem informasi berbasis marketplace untuk jasa percetakan yang diberi nama CETAKIN. Dengan aplikasi ini, Informasi layanan percetakan di suatu wilayah dapat diintegrasikan pada sistem ini. (Fauzi et al., 2018)

Tulisan mengenai sistem informasi UMKM dikupas oleh Mirza. Pada penelitian Sistem Informasi Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Palembang ini sangat membutuhkan suatu proses analisis data terhadap kebutuhan – kebutuhan yang diperlukan oleh pelaku UKM yang ada di Kota Palembang dalam melakukan pemasaran terhadap produk yang di hasilkan. Pada Sistem Informasi ini dilengkapi juga dengan fitur transaksi dan chatting sehingga konsumen yang berminat terhadap produk UKM dapat langsung melakukan transaksi pembelian secara langsung dengan produsen dari produk yang diinginkan, dengan adanya Sistem Informasi ini diharapkan proses pemasaran dalam menyalurkan serta memperkenalkan produk yang telah dihasilkan oleh UKM di Kota Palembang mampu menjangkau konsumen di luar Kota Palembang serta mampu meningkatkan taraf hidup para pelaku UKM di Kota Palembang hal ini dikarenakan UKM merupakan salah satu sector ekonomi yang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan mikro ekonomi baik secara regional maupun nasional. (Mirza & Putra, 2019)

B. METODE

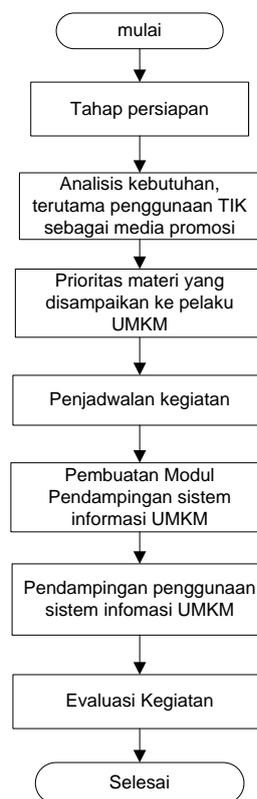
1. Khalayak Sasaran

Peserta pengabdian masyarakat ini adalah perwakilan dari kelompok informasi masyarakat yang terbentuk pada masing-masing desa di kabupaten Bantul. Pelatihan diikuti 35 peserta.

2. Metode Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat diawali dengan adanya kerja sama antara IST AKPRIND dan Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Bantul. Kerjasama ini dititik beratkan pada pengembangan aplikasi UMKM serta pendampingan pada

kelompok informasi masyarakat khususnya pelaku UMKM. Metode kegiatan ada pada gambar 1



Gambar. 1 Flowchart kegiatan pendampingan dan pelatihan UMKM

Pelaksanaan pendampingan dan pelatihan penggunaan sistem informasi UMKN dititik beratkan pada penggunaan sistem informasi yang dapat digunakan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan produk dengan menggunakan internet. Sistem informasi ini dibangun berdasarkan lokasi pengguna. Salah satu bentuk penyajian informasi yang saat ini menarik adalah menampilkan data atau informasi dalam bentuk peta dan berbasis pada pengguna. Dengan tampilan berbentuk peta, informasi lokasi UMKM tidak hanya ditampilkan dalam bentuk teks tetapi juga ditampilkan dalam bentuk peta sehingga pengguna dapat melihat atau mendapatkan data lokasi tempat UMKM berbasis peta. Penampilan informasi dengan berbasis peta

ini sering disebut dengan sistem informasi geografis atau SIG. Dengan adanya SIG ini, informasi yang terkandung pada suatu sistem informasi menjadi lebih kaya karena dapat terintegrasi dengan data lain selain data geografis. Salah satu bentuk penyajian informasi yang saat ini menarik adalah menampilkan dalam bentuk peta dan berbasis pada pengguna. Dengan tampilan berbentuk peta, informasi lokasi UMKM tidak hanya ditampilkan dalam bentuk teks tetapi juga ditampilkan dalam bentuk peta sehingga wisatawan dapat melihat atau mendapatkan data lokasi tempat UMKM berbasis peta. Penampilan informasi dengan berbasis peta ini sering disebut dengan sistem informasi geografis atau SIG. Dengan adanya SIG ini, informasi yang terkandung pada suatu sistem informasi menjadi lebih kaya karena dapat terintegrasi dengan data lain selain data geografis.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

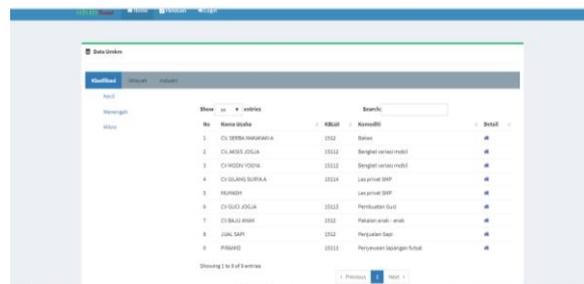
Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memberikan peluang baru yang dapat mengatasi sebagian masalah UMKM. Meskipun bukan merupakan permasalahan yang utama, namun peluang TIK sangat besar dan berdasarkan kondisi di lapangan, menunjukkan bahwa adopsi TIK oleh sektor UMKM masih belum maksimal dibandingkan dengan perusahaan besar. Pemanfaatan TIK juga dapat digunakan untuk melakukan promosi, memperkenalkan lokasi/ sentra-sentra UMKM yang ada di suatu lokasi serta manfaat lain seperti berdialog, berdiskusi, dan konsultasi dengan konsumen secara online, sehingga konsumen dapat dilibatkan secara proaktif dan interaktif dalam perancangan, pengembangan, pemasaran, dan penjualan produk.

Dalam pendampingan kegiatan ini disampaikan materi sistem informasi UMKM yang dibangun dengan menggunakan aplikasi *clustering* yang

menginformasikan potensi dan lokasi usaha mikro kecil dan menengah berbasis web mobile dan berdasar *location based service* dan aplikasi untuk melakukan manajemen UMKM. Dengan adanya aplikasi berbasis website dan web mobile serta berbasis *location-based service* ini pengguna yang melakukan proses pencarian sentra UMKM dapat dengan mudah menemukan suatu lokasi berdasar posisi pengguna berada serta juga dapat melakukan proses pencarian pada lokasi lain yang berdasar pada lokasi tertentu. Program aplikasi berjalan pada posisi *client* (pengguna) dan di sisi *server*. Program di sisi *client* berguna untuk menginformasikan keberadaan dan lokasi UMKM berdasarkan sebaran wilayah. Informasi yang disajikan berbasis mobile web dan menggunakan teknologi *location based service*. (Sholeh & Hardiyanto, 2019)

1. Persiapan aplikasi sistem informasi a. Halaman Depan

Halaman Utama merupakan halaman pertama kali dilihat ketika pengguna menuliskan alamat di wartacara.com/ukm di browser internet. Proses awal dari aplikasi ini menampilkan peta kota Bantul dengan titik-titik marker berupa lokasi kecamatan-kecamatan. Gambar 2 tampilan awal dari aplikasi yang dibangun

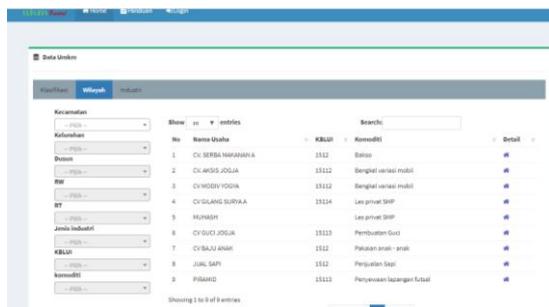


Gambar. 2 Tampilan halaman depan

b. Potensi UMKM

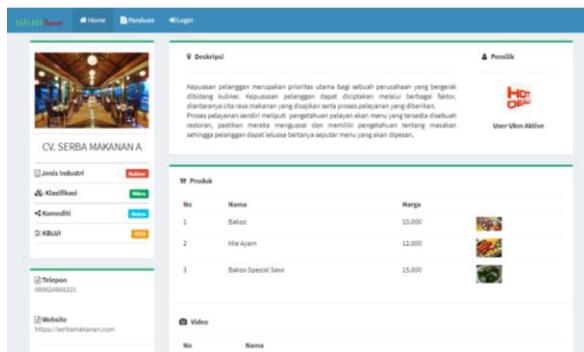
Informasi penting yang harus disajikan dalam website ini adalah potensi yang ada pada UMKM. Menu utama yang dapat digunakan pengunjung untuk mengetahui potensi UMKM dapat

dilakukan melalui menu klasifikasi, wilayah dan industri yang ada pada utama yang ada. Tampilan halaman menu utama ada pada gambar 4 Tampilan tersebut menampilkan menu yang dapat dipilih pengunjung website untuk melihat potensi suatu UMKM.



Gambar. 3 Tampilan menu utama

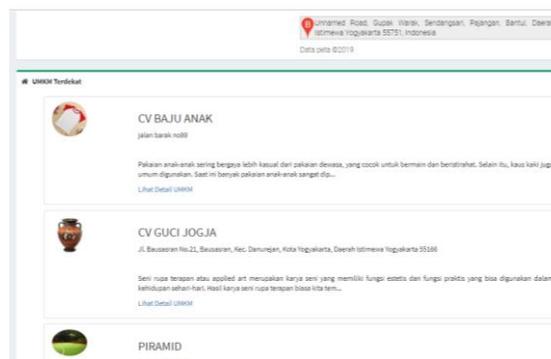
Hasil penelusuran suatu UMKM, website akan menampilkan informasi detail dari UMKM, diantara informasi lokasi alamat, informasi UMKM berupa teks, gambar dan video serta produk dari pelaku UMKM. Gambar 5 contoh informasi UMKM yang ditampilkan



Gambar 4. informasi detail dari UMKM

c. Lokasi UMKM terdekat

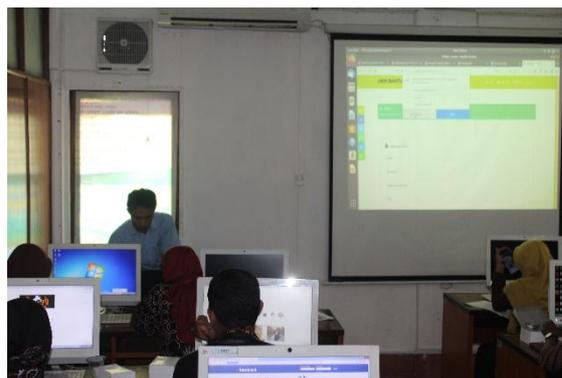
Disamping menginformasikan lokasi UMKM, aplikasi juga menampilkan lokasi-lokasi lain yang terkait dengan UMKM di sekitar titik lokasi yang dicari. Gambar 6 menampilkan lokasi lain yang terdekat dari titik pencarian yang dilakukan.



Gambar. 5 Lokasi UMKM dari titik terdekat

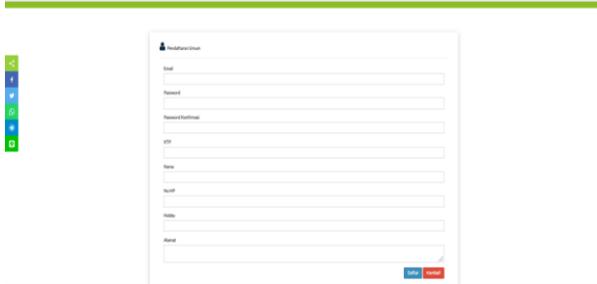
2. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan dan pelatihan difokuskan pada penggunaan sistem informasi UMKM kabupaten Bantul. Pelaksanaan diawali dengan paparan penggunaan aplikasi dan kegunaan serta manfaat adanya sistem ini. Gambar 6, menggambarkan tin memaparkan penggunaan sistem informasi dan gambar 7 menggambarkan suasana pendampingan.

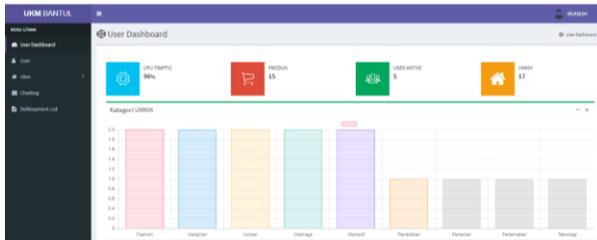


Gambar. 6 Pemaparan materi sistem informasi UMKM

Langkah awal dalam pendampingan ini, pengguna mendaftarkan diri sebagai anggota pada sistem (gambar 7) dan selanjutnya mengisi data potensi dari UKM yang dikelola (gambar 8).



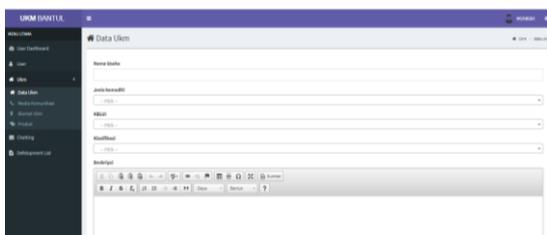
Gambar. 8 Menu pendaftarans ebagai anggota sistem informasi UMKM



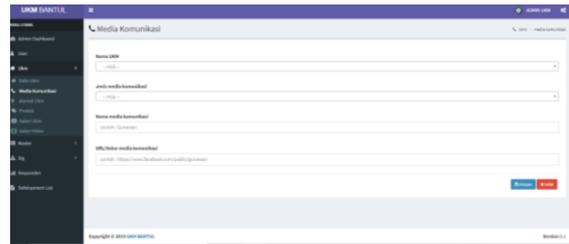
Gambar 8 Halaman menu utama bagi pengguna sistem informasi UMKM

Proses memasukan data diri potensi UMKM terdiri dari;

- Data UKM (Gambar Data – data yang dimasukan merupakan data awal dari UKM, seperti nama UKM, jenis UKM, klasifikasi UKM dan diskripsi UKM).
- Media Komunikasi (gambar A dta-data yang dimasukan berupa data media sosial yang dimiliki pelaku UKM

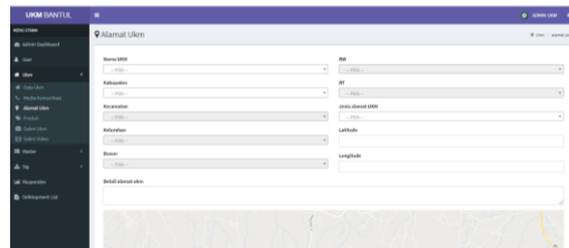


Gambar. 9 Form Data UKM

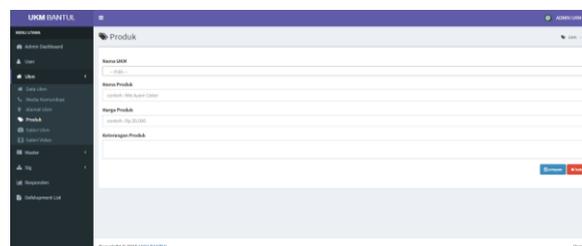


Gambar. 10 Form Data media Komunikasi

- Alamat UKM (gambar Digunakan untuk memasukan alamat UKM termasuk posisi latitude dan longitude)
- Produk yang ditawarkan (gambar Data-data yang dimasukan adalah data-data produk yang ditawarkan UKM



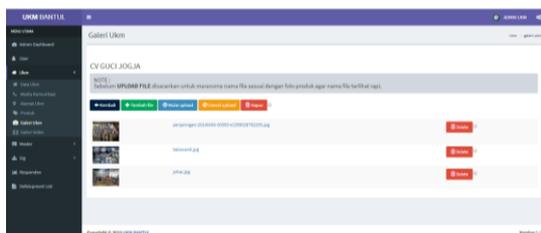
Gambar. 11 Form Data Alamat UKM



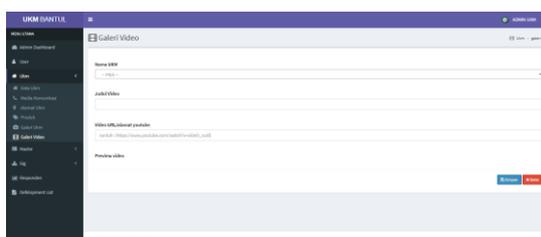
Gambar. 12 Form Data Produk

- Galeri UKM (gambar Digunakan untuk memasukan galeri UMK
- Galeri video (gambar

Digunakan untuk memasukan data-data UKM dalam bentuk video yang ditautkan di youtube



Gambar. 13 Form Data Galeri UKM



Gambar. 14 Form Data Video UKM

3. Pendampingan Penggunaan Aplikasi

Peserta pendampingan dan pelatihan merupakan perwakilan kelompok informasi masyarakat yang merupakan para pelaku UKM dengan berbagai produk yang ditawarkan. Penggunaan internet sebagai media promosi tidak bisa dihindarkan di era informasi. Penggunaan media sosial dan internet tentunya mempermudah dan mendekatkan calon pembeli dengan pelaku UKM. Gambar 15 dan 16 menggambarkan suasana para peserta menyimak dan mempraktikkan sistem informasi UKM kabupaten Bantul.



Gambar. 15 Peserta Menyimak dan mempraktikkan sistem informasi UMKM



Gambar 15 Foto bersama peserta dan tim pendampingan

D. KESIMPULAN

Penggunaan Internet dan media sosial tidak hanya sekedar untuk melakukan komunikasi tetapi juga harus dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan promosi dan transaksi bagi pelaku UKM. Dengan menggunakan media sosial dan internet, pasar dan konsumen semakin luas dan ini tentunya menjadi salah satu peluang untuk meningkatkan daya saing UKM

Kelemahan penggunaan internet dan media sosial juga harus siap diantisipasi pelaku UKM, persaingan harga dan kualitas menjadi permasalahan yang harus siap dihadapi dalam menggunakan media sosial dan internet. Pelaku UKM yang lain tentunya juga menawarkan produk yang dimungkinkan bisa sama tetapi dengan penawaran yang lebih murah tetapi kualitasnya hampir sama.

Upaya untuk memaksimalkan internet dan media sosial diantaranya adalah dengan

melakukan promosi produk UKM dalam satu wadah yang sama dan salah satu wadah yang dapat digunakan adalah sistem informasi UKM kabupaten Bantul. Dengan sistem ini, pelaku UKM khususnya yang ada di kabupaten Bantul dapat mempromosikan produk-produk yang dimiliki. Dalam pendampingan dan pelatihan yang diikuti perwakilan kelompok informasi masyarakat ini, peserta mendapatkan gambaran bagaimana menggunakan sistem informasi UKM sebagai upaya untuk mengoptimalkan promosi melalui media internet.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian pada Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah memberi dukungan dana untuk kegiatan penelitian pada skema penelitian terapan unggulan perguruan tinggi tahun pendanaan 2019

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. (2018). Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.21111/fij.v3i1.1824>
- Kodong, F. R. (2012). Model Aplikasi E-Market Sebagai Sarana Promosi Dan Tukar Menukar Informasi. *Prodi Teknik Informatika UPN "Veteran" Yogyakarta*, 75–84.
- Mirza, A. H., & Putra, A. (2019). Evaluasi Sistem Informasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kota Palembang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(4), 397. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2019641048>
- Sholeh, M., & Hardiyanto, D. (2019). *ANALISIS BASIS DATA DAN PENGEMBANGAN APLIKASI E-UMKM :MARKET PLACE CLUSTERING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI KABUPATEN BANTUL*.
- Taryadi, Yuniarto, E., & Royani, N. I. (2015). Analisis Tingkat Kesiapan Adopsi E-Marketplace Umkm Batik Di Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 8, 19–31.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA Ilmiah Komputer dan. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informayika (KOMPUTA)*, 6(2).