

SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB PRODUK UNGGULAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA SEMARANG

Mariana Kristiyanti

Jurusan KPN STIMART "AMNI" Semarang

E-mail : mkristiyanti@yahoo.com

Lisda Rahmasari

Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas AKI

E-mail : lisda_rahma@yahoo.com

Abstract

On his way, found that the development of Micro, Small and Medium Enterprises in Semarang city impressed slow. This is due to failed in adopting information technology in its efforts to. When compared with large companies, they always have concern for the use of new technologies in support of its business. The system used by Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Semarang still utilize the traditional system, While this has become more sophisticated and the existence of modern technology. It is the lack of opportunities to be able to compete in the global effort if this system to be. Because of that, to increase the capacity of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in technology Semarang, Web based which is expected to be able to resolve some of the problems faced by Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Semarang in the introduction of the superior products

Key words : Information Sistem, Website, Superior Products, UMKM

Abstrak

Dalam perjalanannya, didapati bahwa perkembangan UMKM di kota Semarang terkesan lambat. Hal ini disebabkan ketertinggalan dalam mengadopsi teknologi informasi di dalam usahanya. Jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar, mereka senantiasa memiliki kepedulian terhadap penggunaan teknologi baru dalam menunjang bisnisnya. Sistem yang digunakan oleh UMKM di kota Semarang masih memanfaatkan sistem yang tradisional, sementara saat ini zaman sudah semakin canggih disertai dengan keberadaan teknologi yang modern. Maka tentu sangat minim peluang untuk mampu bersaing di dunia usaha jika sistem ini tetap dipertahankan. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kemampuan UMKM kota Semarang di bidang Teknologi, maka dibuatlah Sistem Informasi yang komunikatif berbasis Web yang diharapkan dapat menyelesaikan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di kota Semarang dibidang pengenalan produk-produk unggulannya.

Kata Kunci : Sistem Informasi, Website, Produk Unggulan, UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM semakin pesat di berbagai daerah di Indonesia. Tidak bisa dipungkiri, keberadaan UMKM mampu memberikan banyak kesempatan kepada para pengangguran untuk dapat berkarya dan menghasilkan sesuatu yang akhirnya dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Tingginya motivasi masyarakat di daerah untuk memiliki usaha sendiri merupakan hal yang patut dibanggakan. Masyarakat semakin menyadari bahwa betapa minimnya lapangan pekerjaan formal yang disediakan bagi mereka sehingga menuntut

adanya kemauan untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan akhirnya mampu membuka lapangan pekerjaan kepada para pengangguran. Hadirnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kanvas perekonomian hendaknya mendapat perhatian penuh dari pemerintah mengingat besarnya manfaat usaha ini dalam perkembangan perekonomian bangsa.

Perkembangan UMKM saat ini terkesan lambat. Hal ini disebabkan karena ketertinggalan dalam mengadopsi teknologi informasi di dalam usahanya. Jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan

besar, mereka senantiasa memiliki kepedulian terhadap penggunaan teknologi baru dalam menunjang bisnisnya. Sistem yang digunakan oleh UMKM masih memanfaatkan sistem yang tradisional, sementara saat ini zaman sudah semakin canggih disertai dengan keberadaan teknologi yang modern. Maka tentu sangat minim peluang untuk mampu bersaing di dunia usaha jika sistem ini tetap dipertahankan. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kemampuan UMKM di bidang Teknologi, diharapkan dapat menyelesaikan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

Potensi UMKM yang belum berkembang secara optimal ini tidak dapat menjamin apakah akan mampu bertahan (*survive*) di era pasar bebas. UMKM harus senantiasa didorong dan mengatasi berbagai kelemahannya agar mampu bersaing dan tidak jatuh tertindas oleh kompetitor dari negara luar.

Menyikapi hal di atas, salah satu penyelesaian UMKM di daerah adalah bahwa UMKM perlu difasilitasi dalam liberalisasi perdagangan dan investasi untuk segera beradaptasi terhadap kecenderungan globalisasi serta perlu difasilitasi dengan optimalisasi sistem informasi dan aplikasi. Era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang berkembang sangat cepat telah memaksa kita mempersiapkan diri mau tidak mau untuk masuk dan menjadi bagian aktif dari masyarakat ekonomi-informasi. 'Internet economy' mendorong globalisasi dan *networking* dunia usaha. Kondisi di atas menjadikan pasar dan perdagangan makin terbuka tanpa batas, serta peluang yang setara bagi pelaku-pelaku bisnis tidak mengenal apakah berasal dari pengusaha besar, menengah, atau pun kecil, siapa yang cepat akan menang atau dikenal dengan *time-to-marke* atau *economic of time*. (Muhammad Nadzif, 2001).

Di Jawa Tengah, khususnya di kota Semarang, perkembangan UMKM sangat pesat. Tercatat ada 152 kegiatan usaha yang merupakan binaan dari Disperindag Kota Semarang. Kesemuanya belum terpublikasi

dengan baik mengenai produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Dengan dibuatnya sebuah Sistem Informasi berbasis Web untuk mengenalkan produk-produk unggulan yang telah dihasilkan oleh UMKM di Kota Semarang, diharapkan masyarakat juga dapat mengakses Informasi mengenai UMKM dalam kaitannya untuk mengenal produk-produk unggulan yang dapat dibeli oleh Masyarakat, dengan kualitas yang tidak kalah bagusnya dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau pengusaha besar.

Sistem Informasi pengenalan Produk Unggulan berbasis Web dapat di akses oleh siapapun yang membutuhkan informasi mengenai UMKM di Kota Semarang dan sekitarnya, dengan lebih cepat, dibandingkan harus mencari daftar UMKM yang ada di instansi Pemerintah. Oleh karena itu, peran pemerintah diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses komunikasi melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai media komunikasi secara global..

Pengertian UMKM

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdirisendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh o

badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

- d. Kriteria UMKM berdasarkan jumlah asset dan omzet

Jenis usaha	Asset	omzet
Usaha mikro	Max 50jt	Maks
Usaha kecil	Besar	300juta
Usaha menengah	dari 50jt-500jt	Besar dari 300juta-3M
	Besar dari 500jt-10M	Besar dari 2,5M-50M

Berdasarkan UU.no 20 tahun 2008 di atas jelas menunjukkan perbedaan yang cukup besar baik dari segi asset ataupun omzet antara usaha mikro dengan kecil dan usaha kecil dengan menengah. Namun yang jelas secara keseluruhan UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional, hal ini sesuai juga dengan uu.no 20 tahun 2008 bab II pasal yang berbunyi :

“usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan “

Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar

dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusianya.

Kondisi UMKM di Kota Semarang Saat ini

Sektor ekonomi UMKM yang memiliki unit usaha yang paling dominan di Kota Semarang adalah di sector pengrajin, baik handicraft, border, boneka kain batik, keramik, lampu, porselin, sepatu, miniature peasawat terbang, aneka tenun, kerajinan perca, kerajinan tusuk silang, tas kulit dan pengrajin lainnya. Selain itu unit usaha pengolahan makanan seperti bandeng presto, lapis legit, emping jagung, keripik buah, nata de coco, lumpia, kue brownies, kue pia dan minuman sehat tradisional juga mendominasi produk-produk unggulan UMKM di Kota Semarang, berdasarkan data dari Departemen Koperasi dan UMKM Kota Semarang.

Data-data tersebut menunjukkan bahwa UMKM berada di sebagian besar sektor usaha yang ada di kota Semarang. Apabila mau dicermati lebih jauh, pengembangan sektor swasta, khususnya UMKM, perlu untuk dilakukan dan dikembangkan, mengingat sektor ini memiliki potensi untuk dikenal lebih jauh oleh masyarakat agar dapat terpublikasi dengan baik di luar kota Semarang, agar dapat menghasilkan income masyarakat dalam mengembangkan UMKM.

Pengembangan Sektor UMKM

Pengembangan terhadap sektor swasta merupakan suatu hal yang tidak diragukan lagi perlu untuk dilakukan. UMKM memiliki peran penting dalam pengembangan usaha di Kota Semarang. UMKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar. “Hampir semua usaha besar berawal dari UMKM. Usaha Mikro , kecil dan menengah (UMKM) harus terus ditingkatkan (*up grade*) dan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar.

Satu hal yang perlu diingat dalam pengembangan UMKM adalah bahwa langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh Pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab Pemerintah. Pihak UMKM sendiri

dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Selain Pemerintah dan UMKM, peran dari sektor Perbankan juga sangat penting terkait dengan segala hal mengenai pendanaan, terutama dari sisi pemberian pinjaman atau penetapan kebijakan perbankan. Lebih jauh lagi, terkait dengan ketersediaan dana atau modal, peran dari para investor baik itu dari dalam maupun luar negeri, tidak dapat pula kita kesampingkan.

Pemerintah pada intinya memiliki kewajiban untuk turut memecahkan tiga hal masalah klasik yang kerap kali menerpa UMKM, yakni akses pasar, modal, dan teknologi yang selama ini kerap menjadi pembicaraan di seminar atau konferensi. Secara keseluruhan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha UMKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan cluster, jaringan bisnis, dan kompetisi.

Dalam perkembangannya, UMKM menghadapi banyak masalah yang sampai saat ini belum mendapat perhatian serius untuk mengatasinya. Selain masalah permodalan yang disebabkan sulitnya memiliki akses dengan lembaga keuangan, salah satu masalah yang dihadapi dan sekaligus menjadi kelemahan UMKM adalah kurangnya akses informasi, khususnya informasi data UMKM (Effendi Ishak, 2005). Hal tersebut menjadi kendala dalam hal pengolahan data produk-produk unggulan yang dimiliki oleh UMKM dalam suatu daerah. Karena dengan terbatasnya akses informasi data UMKM mengakibatkan rendahnya informasi data yang dibutuhkan mengenai UMKM. Miskinnya informasi mengenai data UMKM tersebut, menjadikan UMKM tidak dapat mengarahkan pengembangan usahanya secara jelas dan fokus.

Dalam menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk

meningkatkan daya saing UMKM. Agar dapat menguasai pasar, maka UMKM di wilayah kota Semarang perlu mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat, baik informasi mengenai pasar produksi maupun pasar faktor produksi. Informasi tentang pasar produksi sangat diperlukan untuk memperluas jaringan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM. Informasi pasar produksi atau pasar komoditas yang diperlukan misalnya (1) jenis barang atau produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen di daerah tertentu, (2) bagaimana daya beli masyarakat terhadap produk tersebut, (3) berapa harga pasar yang berlaku. Dengan demikian, UMKM di wilayah kota Semarang dapat mengantisipasi berbagai kondisi pasar sehingga dalam menjalankan usahanya akan lebih inovatif. Sedangkan informasi pasar faktor produksi juga diperlukan terutama untuk mengetahui : (1) sumber bahan baku yang dibutuhkan, (2) harga bahan baku yang ingin dibeli, (3) di mana dan bagaimana memperoleh modal usaha, (4) di mana dapat memperoleh alat-alat atau mesin yang diperlukan (Effendi Ishak, 2005).

Informasi pasar yang lengkap dan akurat dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk membuat perencanaan usahanya secara tepat, misalnya : (1) membuat desain produk yang disukai konsumen, (2) menentukan harga yang bersaing di pasar, (3) mengetahui pasar yang akan dituju, dan banyak manfaat lainnya. Oleh karena itu peran pemerintah sangat diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM dalam memperoleh akses informasi untuk memperluas jaringan pemasarannya.

Teknologi informasi (TI) yang berkembang sangat pesat datang dengan peluang-peluang baru yang dapat mengatasi kebutuhan-kebutuhan informasi yang dibutuhkan untuk mengenalkan produk unggulannya di masyarakat luas. Selain memiliki kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi pasar, UMKM di kota Semarang juga perlu memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan usahanya kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun di luar negeri.

Selama ini pengenalan produk-produk unggulan UMKM di wilayah kota Semarang lebih banyak dilakukan melalui pameran-pameran bersama dalam waktu dan tempat yang terbatas, sehingga hubungan maupun transaksi dengan konsumen kurang bisa dijamin keberlangsungannya. Hal itu dapat disebabkan oleh jarak yang jauh atau kendala intensitas komunikasi yang kurang. Padahal faktor komunikasi dalam menjalankan bisnis adalah sangat penting, karena dengan komunikasi akan membuat ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan yang sudah ada, juga memungkinkan datangnya pelanggan baru.

Pengertian Teknologi Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan, (Jogiyanto Hartono, 2005). Dengan telah dikembangkannya sistem yang baru, maka diharapkan akan terjadi peningkatan-peningkatan sistem yang baru. Dalam pengembangan sistem diperlukan tahapan proses analisis kemudian dilanjutkan dengan tahapan desain sistem. karena kedua hal tersebut merupakan hal yang utama dalam pengembangan sistem itu sendiri.

Beberapa tahapan dalam proses pengembangan sistem yang perlu diperhatikan diantaranya adalah analisis sistem dan desain sistem. Analisis sistem adalah penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponen-komponen-nya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikannya.

Tahap analisis sistem dilakukan setelah tahap perencanaan sistem dan sebelum tahap desain sistem. Tahap analisis merupakan tahap yang kritis dan sangat penting, karena

kesalahan ditahap ini akan menyebabkan juga ditahap selanjutnya, (Jogiyanto Hartono, 2005). Desain sistem dapat didefinisikan sebagai penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi, (Jogiyanto Hartono, 2005).

Beranjak dari pengertian Sistem Informasi tersebut tentu saja sebuah UMKM memerlukan alat ini dalam hal pencarian informasi seputar perkembangan produk yang sedang dikerjakan serta memberikan informasi kepada khalayak ramai terkait produk UMKM yang akhirnya pemasaran akan berjalan lancar. Bukan hanya itu, ketika sebuah UMKM berbasis Web maka kinerja dan pelaksanaannya akan semakin mudah melalui komunikasi dengan pelanggan melalui media tanpa harus memakan waktu lama untuk bertemu langsung.

Oleh karena itu, agar UMKM dengan segala keterbatasannya dapat berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi, perlu dukungan berupa pelatihan dan penyediaan fasilitas. Tentu saja tanggungjawab terbesar untuk memberi pelatihan dan penyediaan fasilitas ini ada di tangan pemerintah, disamping pihak-pihak lain yang punya komitmen, khususnya kalangan perguruan tinggi.

Situs Web

Situs web (*web site*) adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, atau jenis-jenis berkas lainnya. Sebuah situs web biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat internet yang dikenali sebagai URL. Gabungan atas semua situs yang dapat diakses publik di internet disebut pula sebagai World Wide Web atau lebih dikenal dengan singkatan WWW. Meskipun setidaknya halaman beranda situs internet umumnya dapat diakses publik secara bebas, pada prakteknya tidak semua situs memberikan keb

mengaksesnya, beberapa situs web mewajibkan pengunjung untuk melakukan pendaftaran sebagai anggota, atau bahkan meminta pembayaran untuk dapat menjadi anggota untuk dapat mengakses isi yang terdapat dalam situs web tersebut, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surel (*e-mail*), dan lain-lain. Pembatasan-pembatasan ini umumnya dilakukan karena alasan keamanan, menghormati privasi, atau karena tujuan komersil tertentu.

Macromedia Dreamweaver 8

Menurut Dominikus Juju (2002) Macromedia Dreamweaver 8 adalah sebuah editor HTML professional untuk perancangan (*design*), pengkodean (*coding*), dan pengembangan situs *web*, halaman *web* dan aplikasi *web*. Bekerja pada lingkungan visual editing, Dreamweaver menyediakan suatu tool yang sangat membantu untuk pembuatan *web*. Fitur-fitur *visual editing* di dalam Dreamweaver memungkinkan pembuatan halaman *web* dengan cepat tanpa menulis baris kode. Selain itu macromedia dreamweaver 8 juga dilengkapi kemampuan manajemen situs, yang memudahkan kita mengelola keseluruhan elemen yang ada dalam situs. Kita juga dapat melakukan evaluasi situs dengan melakukan pengecekan broken link, kompatibilitas browser, maupun perkiraan waktu download halaman web.

Xampp ver. 5.3.8

Menurut Bunafit Nugroho (2008) XAMPP adalah suatu bundel *web server* yang populer digunakan untuk coba-coba di *Windows* karena kemudahan instalasinya. Bundel program *open source* tersebut berisi antara lain server web Apache, interpreter PHP, dan basis data MySQL. Setelah menginstall XAMPP, kita bisa memulai pemrograman PHP di komputer sendiri maupun mencoba menginstall aplikasi-aplikasi web. PHP menurut M. Syafii (2004) merupakan bahasa pemrograman *web* yang bersifat *server-side HTML=embedded scripting*, di mana script-nya menyatu dengan

HTML dan berada di *server*. Artinya adalah sintaks dan perintah-perintah yang kita berikan akan sepenuhnya dijalankan di *server* tetapi disertakan HTML biasa. PHP dikenal sebagai bahasa scripting yang menyatu dengan *tag HTML*, dieksekusi di *server* dan digunakan untuk membuat halaman *web* yang dinamis seperti ASP (*Active Server Pages*) dan JSP (*Java Server Pages*).

METODE PENELITIAN

Sebelum Sistem Informasi produk unggulan ini dibuat, untuk mengetahui keakuratan data UMKM di Kota Semarang dan mendapatkan gambaran aktifitas UMKM secara jelas di Kota Semarang, maka data diambil melalui Survey lapangan berupa observasi dan wawancara. Data yang didapat adalah data yang akurat mengenai Aktifitas yang sedang berjalan di lapangan, mengenai identifikasi kegiatan usaha yang dijalankan oleh sebuah UMKM, produk unggulan yang dihasilkan, identifikasi secara detail mengenai produk unggulan yang dihasilkan dan Lokasi tempat aktifitas UMKM yang sedang berjalan. Setelah data akurat diperoleh, maka akan dilanjutkan dengan menganalisa kebutuhan data untuk rancang bangun Web produk-produk unggulan yang dihasilkan oleh UMKM di Kota Semarang. Langkah selanjutnya setelah rancang bangun dibuat, akan di Desain Sistem Informasi pengenalan produk Unggulan UMKM di kota Semarang berbasis Web yang komunikatif, menarik dan *user friendly*. Dan yang menjadi tujuan utama ialah, dihasilkannya Sistem Informasi produk unggulan UMKM di Kota Semarang berbasis Web. Pembuatan Sistem Informasi UMKM berbasis web ini menggunakan software Macromedia Dreamweaver 8 dan Xampp ver. 5.3.8.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan individu dengan kualitas serta ciri ciri yang telah ditetapkan (Cooper & Emory, 2000). Populasi juga merupakan keseluruhan individu untuk siapa kenyataan yang diperoleh akan digeneralisasikan (Cooper & Emory, 2000).

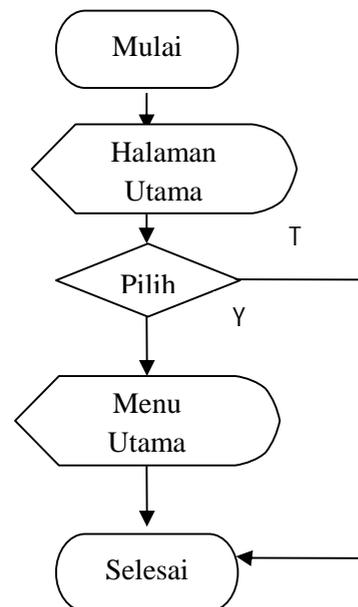
Sedangkan sampel adalah sebagian populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Populasi penelitian ini adalah UMKM yang ada di Semarang yang terdaftar di Departemen Perindustrian dan Perdagangan (DEPERINDAG) Kota Semarang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dua tahap. Metode *purposive sampling* diterapkan karena pada permasalahan ini diperlukan interaksi intensif dengan subyek penelitian, sehingga subyek penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan (*judgment*) peneliti mengenai lokasi subyek dan kesediaan subyek untuk terlibat dalam penelitian ini. Sebelum dilakukan Survey lapangan, maka Angket dipersiapkan terlebih dahulu. Sampel dari responden adalah UMKM yang berdomisili di sekitar Kota Semarang.

PEMBAHASAN

Sektor ekonomi UMKM yang memiliki unit usaha yang paling dominan di Kota Semarang adalah di sector pengrajin, baik handicraft, border, boneka kain batik, keramik, lampu, porselin, sepatu, miniature pesawat terbang, aneka tenun, kerajinan perca, kerajinan tusuk silang, tas kulit dan pengrajin lainnya. Selain itu unit usaha pengolahan makanan seperti bandeng presto, lapis legit, emping jagung, keripik buah, nata de coco, lumpia, kue brownies, kue pia dan minuman sehat tradisional juga mendominasi produk-produk unggulan UMKM di Kota Semarang, berdasarkan data dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang.

Data-data tersebut menunjukkan bahwa UMKM berada di sebagian besar sektor usaha yang ada di kota Semarang. Apabila mau dicermati lebih jauh, pengembangan sektor swasta, khususnya UMKM, perlu untuk dilakukan dan dikembangkan, mengingat sektor ini memiliki potensi untuk dikenal lebih jauh oleh masyarakat agar dapat terpublikasi dengan baik di luar kota Semarang, agar dapat menghasilkan income masyarakat dalam mengembangkan UMKM.

Sistem Informasi berbasis Web, dibuat untuk mengenalkan produk unggulan UMKM kota Semarang, dimana dalam alur sistem menu utama tersebut, digambarkan proses pengguna (*User*) dapat mengakses ke sistem Web. Adapun perancangan sistem yang ditawarkan adalah sebagai berikut :



Gambar : Flowchart Halaman Utama

Setelah pengguna (*user*) masuk ke dalam Web Pemasaran Produk Unggulan UMKM, maka *user* dapat memilih berbagai menu yang ditawarkan oleh sistem.

1. *Beranda*, merupakan menu awal tampilan dari Web pemasaran. Dalam beranda terdapat informasi terbaru mengenai peristiwa ataupun kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan informasi mengenai UMKM
2. *Produk*, merupakan menu dimana produk-produk unggulan UMKM dapat di lihat oleh user. Dalam menu produk, ditampilkan informasi mengenai produk, baik warna, ukuran, harga maupun jenis produk
3. *Peta Lokasi*, merupakan menu yang menampilkan lokasi tempat UMKM menjalankan usahanya
4. *UMKM*, merupakan menu yang menampilkan daftar

diakses dalam Web Pemasaran produk Unggulan UMKM

5. *Tentang Kami*, merupakan menu yang memberikan informasi seluas-luasnya kepada *user* mengenai pengelola *Web* dan pembuatan sistem Web produk unggulan UMKM.
6. *Hubungi Kami*, merupakan menu yang berisi informasi mengenai alamat dan no penting yang dapat dihubungi oleh *user* apabila *user* menginginkan konsultasi maupun komunikasi secara langsung dengan pengelola *Web* Pemasaran Produk Unggulan UMKM.

Tampilan Menu Utama menampilkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh *user* untuk mengetahui produk unggulan UMKM yang ada di Kota Semarang. Beranda, Produk, Peta Lokasi, UMKM, Tentang Kami, dan Hubungan Kami merupakan menu yang dapat di akses oleh user. Menu-menu tersebut memiliki fungsi sesuai dengan rancang bangun yang sudah dirancang sebelumnya. Tampilan menu utama Sistem Informasi produk-produk Unggulan UMKM Kota Semarang dapat dilihat dalam gambar dibawah ini :

Gambar : Tampilan Menu Utama Sistem Informasi UMKM kota Semarang

Tampilan Web

Berikut ini merupakan tampilan Web yang diharapkan mampu memasarkan produk unggulan UMKM lebih efektif dibandingkan dengan pemasaran secara manual. Web dibuat dengan menggunakan software Micromedia dreamweaver 8 dan Xampp ver. 5.3.8. Alamat Website untuk dapat mengakses Sistem Informasi Produk UMKM Kota Semarang adalah : <http://umkm-kotasemarang.url.ph>.



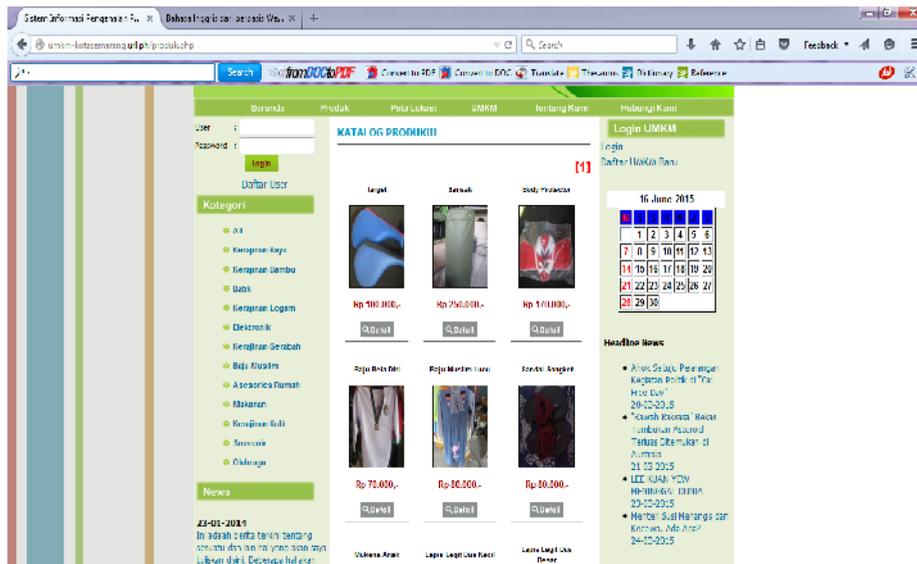
berita yang sedang hangat di bicarakan di masyarakat luas, dibawah berita juga



ditampilkan produk unggulan yang

Gambar : Menu Beranda

Gambar Menu Beranda menampilkan tampilan awal Website yang berisikan berita-dapat dilihat oleh masyarakat luas.



Gambar : Menu Produk

Gambar Menu Produk berisikan produk-produk unggulan yang ada di UMKM Kota Semarang. Produk dapat di lihat secara detail dari mulai identifikasi produk, UMKM yang memproduksinya, alamat UMKM dan harga produk unggulan tersebut.



Gambar : Peta Lokasi

Gambar : UMKM

Gambar Peta Lokasi menampilkan gambar Peta Lokasi Kota Semarang. Dimana lokasi UMKM dapat terlihat dalam Peta lokasi kota Semarang.

Gambar UMKM memuat daftar UMKM yang sudah di validasi oleh Departemen yang mengelola Sistem Informasi



Semarang

produk UMKM Kota Semarang. Daftar yang muncul di menu UMKM merupakan data yang sebenarnya, yang dapat dipercaya oleh masyarakat dalam mengetahui keberadaan UMKM yang ada di Kota



Gambar : Tentang Kami

Menu Tentang Kami menampilkan Informasi mengenai pembuatan Sistem Informasi Produk-produk Unggulan UMKM Kota Semarang.

SIMPULAN

Dengan dibuatnya Sistem Informasi Produk UMKM Kota Semarang berbasis Web, maka diharapkan masyarakat mendapatkan informasi yang akurat mengenai UMKM maupun produk unggulan UMKM yang ada di Kota Semarang. Melalui Survey lapangan berupa observasi dan wawancara, akan telah didapatkan data yang akurat mengenai Aktifitas yang sedang berjalan di lapangan, identifikasi kegiatan usaha yang dijalankan oleh sebuah UMKM, produk unggulan yang dihasilkan, identifikasi secara detail mengenai produk unggulan yang dihasilkan dan Lokasi tempat aktifitas UMKM yang sedang berjalan. Sebelum web dibangun, Rancang Bangun Web pemasaran produk Unggulan UMKM harus diselesaikan terlebih dahulu untuk mendapatkan gambaran sistem yang akan dibuat nantinya. Setelah rancang bangun dibuat, maka dibuatlah sistem berbasis Web yang akan menjadi media pengenalan yang efektif untuk memasarkan produk-produk unggulan UMKM di Kota Semarang. Web yang dibuat sangat komunikatif, menarik dan user friendly.

DAFTAR PUSTAKA

- Bunafit Nugroho (2008). *Membuat Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web dengan Menggunakan PHP dan Mysql*. Gava Media. Yogyakarta
- Dominikus Juju (2007). *Dreamweaver CS3*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta
- Fahmlarto, Anjang. (2011) "Ramai-Ramai Kembangkan Software UKM." <http://www.mediacenterkopukm.com>. Diakses: 29 April 2011
- Hasanudin, Nofri, (2009) "peran UMKM dalam mendorong kekompetitifan perekonomian "Okzone.com, " *perkembangan UMKM* " BI.go.id
- Hartono, Jogyanto. (2005). *Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler (2006), *Marketing Management*, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Kotler, Philip and Garry Armstrong (2006), *Principles of Marketing*. Millenium edition, A Simc

- Ebnglewood Cliff, Pretice Hall , “Implementasi Cyberpreneurship sebagai Upaya Meningkatkan Pemasaran Produk UKM Sulawesi Selatan”. Diperoleh (27 April 2011) dari <http://www.makassarpreneur.com>.
- M.Syafii.2004.*Membangun Aplikasi Berbasis PHP dan My SQL*. Andi. Yogyakarta
- Shneiderman B., Plaisant C. (2004). *Designing the User Interface*. 4th edition. New York: Addison Wesley. , “Pemanfaatan Social Media Bagi UKM.” Diperoleh (01 April 2012) dari <http://www.juale.com>.
- Turban, E., Rainer , Jr. R. K., Potter, R. E. (2005). *Introduction to Information Technology*. 3rd edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. , “Peran Strategis Teknologi IT Bagi Pengembangan UKM .” Diperoleh (27 April 2011) dari <http://galeriukm.web.id>.
- , “Belanja Online Lewat Gerai UKM.” Diperoleh (01 april 2011) dari <http://diskumkm.jabarprov.go.id>. , “Strategi Pemasaran UKM Melalui Media Sosial Online.” Diperoleh (01 April 2011) dari <http://www.duniavirtual.com>.