

RANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS WEB SEBAGAI SOLUSI PROMOSI UMKM

M Johan Budiman, S.Kom., M.Kom.¹ dan Marcello Singadji, S.Kom., M.T.²

Program Studi Sistem Informasi¹
Universitas Pembangunan Jaya²

Email: johan.budiman@upj.ac.id¹, marcello.singadji@upj.ac.id²

Abstrak

Bagaimana Strategi Membangun UMKM Kreatif dan Inovatif di Era Digital menjadi sebuah tantangan yang sangat menarik bagi masyarakat kelas ekonomi menengah untuk dapat bersaing diantara perusahaan-perusahaan yang saat ini sedang tumbuh untuk bisa bertransformasi secara digital dan unggul pada era pandemi. Secara umum strategi yang digunakan dahulu mulai ditinggalkan dan beralih menjadi perusahaannya berbasis digital. Bagi kebanyakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) hal ini dapat juga dilakukan dengan Menyusun strategi transformasi digital khususnya adalah Menyusun sebuah company profile yang menarik dan fungsional agar dapat dilihat bagi para warganet untuk bisa bermitra maupun sekadar tempat untuk menunjukkan jati diri perusahaan dan proses bisnis yang dijalankan baik berupa portofolio data dan lainnya, Selain itu pelaku UMKM digital harus dapat bersinergi dengan warganet dalam pemasaran produk dan jasa.

Salah satu hal terpenting bagi UMKM adalah masalah promosi. Promosi merupakan sebuah unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa melalui iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, maupun publikasi (Kotler dan Armstrong - 2012:62). *Company profile* berbasis web merupakan sebuah promosi yang bersifat publikasi, oleh sebab itu untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM tentang bagaimana memperkenalkan dirinya agar dikenal secara luas. Maka penulis merancang *company profile* berbasis web sebagai solusi promosi bagi UMKM di masa pandemic Covid-19

Kata kunci: UMKM, Transformasi Digital, Proses Bisnis, UML

PENDAHULUAN

Banyaknya pelaku usaha UMKM ini menjadikan gambaran bahwa sektor ini memiliki potensi yang cukup baik dalam menunjang perekonomian. Kinerja yang cukup baik dari UMKM ini terlihat pada masa krisis melanda Indonesia, dengan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Widyastuti, Nuswantoro, & Sidhi, 2016). Hal ini yang mendasari peningkatan kapasitas UMKM perlu diperhatikan terutama dalam menghadapi era industri 4.0. Pergerakan revolusi industri 4.0 yang menggema beberapa tahun terakhir ini berdampak pada perubahan cara kerja di berbagai bidang terutama di bidang bisnis.

Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan, Guna

mendorong digitalisasi dan mempermudah UMKM dalam menghadapi perubahan yang terjadi, pemerintah telah meningkatkan kemudahan akses dan melakukan transfer teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis (Slamet et al., 2016). Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pengembangan usahanya. Hal inilah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Permasalahan yang paling mendasar dihadapi oleh pelaku UMKM ini meliputi, sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usahanya, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurangnya sarana dan prasarana, serta kurangnya akses pemasaran produk dan profile perusahaan.

Salah satu hal terpenting bagi UMKM adalah masalah promosi. Promosi merupakan sebuah unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa melalui iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, maupun publikasi (Kotler dan Armstrong - 2012:62). *Company profile* berbasis web merupakan sebuah promosi yang bersifat publikasi, oleh sebab itu untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM tentang bagaimana memperkenalkan dirinya agar dikenal secara luas. Maka penulis merancang *company profile* berbasis web sebagai solusi promosi bagi UMKM di masa pandemic Covid-19.

LATAR BELAKANG

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

- a. memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan;
- b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kteativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Dari ketiga aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang terpenting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat. Teknologi informasi merupakan salah satu sumber daya penting dalam sebuah perusahaan. Peran teknologi informasi saat ini tidak hanya dalam kegiatan operasional tetapi juga dalam kegiatan perencanaan dan pemberdayaan sumber daya lain dalam perusahaan. Hal ini disebabkan teknologi informasi terkait dengan penyediaan informasi, pengintegrasian subsitem dan sistem pendukung manajemen yang baik. Semua ini menimbulkan tantangan baru bagi perusahaan untuk mengembangkan sebuah sistem yang mampu mengintegrasikan kebutuhan informasi, merencanakan penggunaan sumber daya yang optimal.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Belum diterapkannya teknologi digital berbasis web pada industry UMKM dalam merancang *company profile*
2. Diperlukan suatu analisis kebutuhan pengguna dan perancangan awal untuk membangun *company profile* berbasis web

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan suatu masalah, yaitu: Bagaimana merancang *company profile* berbasis web sebagai solusi promosi bagi UMKM.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan Analisa kebutuhan perusahaan yang sebelumnya dikerjakan secara manual mengklasifikasikan jobdesk sesuai dengan tugas masing-masing para pengguna sebuah organisasi ataupun industry UMKM.

PEMBAHASAN

Untuk membuat suatu aplikasi perangkat lunak diperlukan beberapa langkah, diantaranya; perencanaan, analisis, desain, implementasi. Khusus untuk analisis dan desain, terdapat beberapa metode dalam melakukan analisis dan desain, salah satunya adalah metode OOAD (Object Oriented Analysis Design). Pada metode OOAD, analisis dan desain dilakukan dengan menggunakan beberapa perangkat bantu berupa tabel dan diagram.

Object oriented (OO) didasarkan pada konsep bahwa setiap *requirement* (kebutuhan) pada akhirnya harus merujuk kepada suatu objek. Oleh karena itu penting bagi kita untuk terlebih dahulu mendefinisikan apa yang dimaksud dengan suatu objek. Dalam konteks OOAD, objek adalah keseluruhan kohesif yang terdiri dari dua komponen penting yaitu data dan proses. (langer, 2008)

Seperti yang dijelaskan oleh langer di atas, terkait dengan dua komponen penting dari objek (data dan proses), maka dalam melakukan analisis dan desain untuk aplikasi perangkat lunak rental mobil yang berintergrasi dengan lokasi wisata perlu dilakukan:

- a. Analisis kebutuhan pengguna (*user requirement analysis*), perangkat bantu yang digunakan dalam melakukan analisis kebutuhan pengguna adalah tabel elisitasi,
- b. Perancangan awal (menggunakan diagram) yang dipetakan dari hasil analisis kebutuhan pengguna, untuk mendapatkan gambaran proses apa saja yang perlu diakomodir, dan mengetahui data apa saja yang terkait dengan proses tersebut.

Analisis kebutuhan pengguna (*user requirement analysis*) untuk pengembangan aplikasi perangkat lunak rental mobil yang berintergrasi dengan lokasi wisata dilakukan dengan wawancara, dan observasi. Analisis kebutuhan pengguna tersebut fokus pada proses dan data yang merupakan komponen penting suatu objek.

Analisis kebutuhan pengguna dilakukan untuk mengetahui kebutuhan calon pengguna. Hasil dari analisis kebutuhan pengguna ini kemudian dilanjutkan dengan perancangan awal (dengan menggunakan *use case*) untuk mengetahui proses apa saja yang perlu diakomodir, dan mengetahui data apa saja yang terkait dengan proses tersebut.

a. Analisis Kebutuhan Pengguna

Analisis kebutuhan pengguna bisa dilakukan dengan observasi, studi literatur dan wawancara. Observasi bisa dilakukan dengan melihat ke objek secara langsung atau secara virtual melalui internet. Studi literatur bisa dilakukan melalui mencari literatur dengan topik atau pembahasan yang sesuai dengan objek analisis. Literatur bisa didapat dari berbagai sumber salah satunya bisa dari internet. Wawancara bisa dilakukan dengan mewawancarai terhadap pengguna (calon pengguna) untuk mengetahui kebutuhan atau kendala yang dihadapi pengguna saat ini.

Proses analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik elisitasi. Teknik elisitasi merupakan suatu teknik berupa usaha untuk mendapatkan sesuatu, dalam hal ini adalah usaha untuk mendapatkan kebutuhan pengguna. Agar didapatkan informasi

kebutuhan pengguna yang benar-benar akurat dan tepat maka elisitasi dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Elisitasi tahap 1
2. Elisitasi tahap 2
3. Elisitasi tahap 3
4. Elisitasi final

Elisitasi tahap 1 adalah mencatat dan inventaris kebutuhan pengguna terhadap aplikasi. Dalam inventaris kebutuhan tersebut dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok functional dan non functional. (Augury El Rayeb, 2020)

Hasil dari elisitasi tahap 1 kemudian diproses di elisitasi tahap 2, proses yang dilakukan adalah melakukan filter terhadap kebutuhan user. Filter dilakukan dengan 3 kategori, yaitu;

- M (mandatory/wajib),
- D (demand/permintaan),
- I (inessential/ tidak penting).

Jika ada item pada daftar kebutuhan tersebut masuk dalam kategori I (Inessential/Tidak penting), maka item tersebut akan dihapus dari daftar kebutuhan. (Augury El Rayeb, 2020)

Daftar kebutuhan hasil dari elisitasi tahap 2 kemudian diproses di elisitasi tahap 3, proses yang dilakukan adalah melakukan filter terhadap kebutuhan user. Filter dilakukan

dengan penentuan tingkatan (H/high, M/Medium, L/Low) dalam pemenuhan atau implementasi aplikasi sesuai kategori berikut;

- T (teknikal/teknis pengembangan),
- O (operasional/pengoperasian),
- E (Ekonomi/biaya).

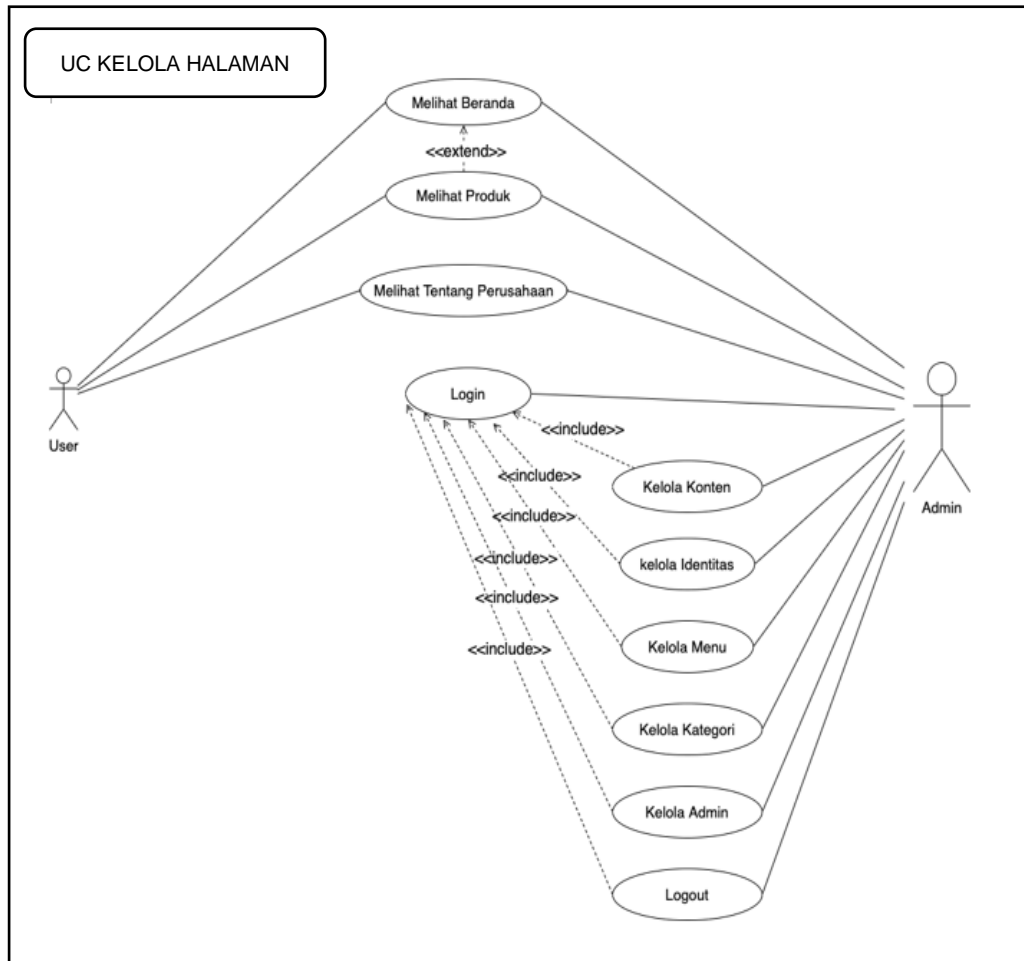
Jika ada item pada daftar kebutuhan tersebut masuk dalam tingkatan H (high) pada salah satu kategori (T/O/E), maka item tersebut akan dihapus dari daftar kebutuhan. Terkait penghapusan item dari daftar kebutuhan tentunya dilakukan setelah melalui diskusi dengan pengguna. (Augury El Rayeb, 2020).

Perancangan Awal

Hasil dari proses analisis kebutuhan pengguna (*user requirement analysis*) adalah berupa elisitasi final. Elisitasi final berisi daftar kebutuhan pengguna yang harus dipenuhi melalui aplikasi perangkat lunak kuliner dengan objek wisata. Daftar kebutuhan pengguna tersebut kemudian dianalisis dan direkap sehingga dapat diketahui bahwa secara garis besar terdapat proses yang harus diakomodir pada aplikasi perangkat lunak kuliner dengan objek wisata.

Diagram *use case* merupakan visualisasi interaksi yang terjadi antara actor (pengguna) dengan sistem. Pada sistem terdapat *tasks* (proses-proses) yang akan melayani kebutuhan pengguna sesuai dengan hak aksesnya.

Berikut adalah rancangan use case masing masing aktor memiliki case yang dapat digambarkan menggunakan UML seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram use case Untuk User dan Admin

Penjelasan dari Use case di atas dibuat dalam bentuk Use Case Description seperti pada gambar 2 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 1. Use Case Description Melihat Beranda.

Nama Use Case	Melihat Beranda
Aktor	User dan Admin
Deskripsi	User dan Admin dapat melakukan melihat beranda
Normal Course	User dan Admin bisa melihat tampilan beranda
Pre-Condition	Tidak tampilnya halaman beranda
Post-Condition	Halaman beranda tampil
Assumption	-

Berikut adalah penjelasan dari Use Case Melihat Produk pada web UMKM seperti pada Tabel 2 berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram

Tabel 2. Use Case Description melihat Produk.

Nama Use Case	melihat produk
Aktor	User dan Admin
Deskripsi	User dan Admin bisa melihat tampilan halaman produk
Normal Course	User dan Admin bisa melihat tampilan beranda
Pre-Condition	Tidak tampilnya halaman list produk
Post-Condition	Halaman list produk tampil
Assumption	-

Selanjutnya adalah penjelasan dari Use Case Melihat Perusahaan pada web UMKM seperti pada Tabel 3 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 3. Use Case Description Melihat Tentang Perusahaan.

Nama Use Case	melihat tentang perusahaan
Aktor	User dan Admin
Deskripsi	User dan Admin dapat melakukan melihat halaman tentang perusahaan
Normal Course	User dan Admin bisa melihat tampilan halaman tentang perusahaan
Pre-Condition	Tidak tampilnya halaman tentang perusahaan
Post-Condition	Halaman tentang perusahaan tampil
Assumption	-

Selanjutnya adalah penjelasan dari Use Case Login pada web UMKM seperti pada Tabel 4 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 4. Use Case Description Login Admin.

Nama Use Case	Login
Aktor	Admin
Deskripsi	Admin melakukan login untuk dapat mengelola
Normal Course	Admin memasukkan adminID dan Password dan Klik login
Pre-Condition	Belum masuk kehalaman kelola
Post-Condition	Telah masuk kehalaman kelola
Assumption	-

Selanjutnya adalah penjelasan dari Use Case Kelola Konten pada web UMKM seperti pada Tabel 5 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 5. Use Case Description Kelola Konten.

Nama Use Case	Kelola konten
Aktor	Admin
Deskripsi	Admin dapat Mengelola (CRUD) konten
Normal Course	Admin membuat, menambahkan, menghapus, dan mengubah konten
Pre-Condition	Data yang dikelola belum tersimpan
Post-Condition	data yang dikelola tersimpan
Assumption	-

Selanjutnya adalah penjelasan dari Use Case Kelola Menu pada web UMKM seperti pada Tabel 6 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 6. use case description Kelola Menu.

Nama Use Case	Kelola Menu
Aktor	Admin
Deskripsi	Admin dapat Mengelola (CRUD) menu
Normal Course	Admin membuat, menambahkan, menghapus, dan mengubah menu
Pre-Condition	Data yang dikelola belum tersimpan
Post-Condition	data yang dikelola tersimpan
Assumption	-

Selanjutnya adalah penjelasan dari Use Case Kelola Menu pada web UMKM seperti pada Tabel 7 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 7. Use Case Description Kelola Kategori.

Nama Use Case	Kelola kategori
Aktor	Admin
Deskripsi	Admin dapat Mengelola (CRUD) kategori
Normal Course	Admin membuat, menambahkan, menghapus, dan mengubah kategori
Pre-Condition	Data yang dikelola belum tersimpan
Post-Condition	data yang dikelola tersimpan
Assumption	-

Selanjutnya adalah penjelasan dari Use Case Kelola Admin pada web UMKM seperti pada Tabel 8 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 8. Use Case Description Kelola Admin.

Nama Use Case	Kelola Admin
Aktor	Admin
Deskripsi	Admin dapat Mengelola (CRUD) admin
Normal Course	Admin membuat, menambahkan, menghapus, dan mengubah admin
Pre-Condition	Data yang dikelola belum tersimpan
Post-Condition	data yang dikelola tersimpan
Assumption	-

Terakhir adalah penjelasan dari Use Case Logout pada web UMKM seperti pada Tabel 9 dibawah berdasarkan aktor dan case yang ada pada UC Diagram.

Tabel 9. Use Case Description Logout.

Nama Use Case	Logout
Aktor	Admin
Deskripsi	Admin logout Jika selesai mengakses kelola
Normal Course	Admin meng-klik Tombol logout
Pre-Condition	admin masih berada dihalaman kelola
Post-Condition	admin berhasil logout dari halaman kelola
Assumption	-

KESIMPULAN

Dalam masa pandemik Covid-19 beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produk dan jasa yang merupakan bisnisnya. Hal tersebut terjadi karena banyak calon pelanggan dan pelanggan lebih memilih untuk mencari dan melakukan transaksi secara online. Kehadiran teknologi informasi memungkinkan UMKM dapat melakukan berbagai hal untuk memperkenalkan dan bahkan menjual produk dan jasa yang dihasilkannya. Dengan demikian penulis membangun sebuah halaman web profil perusahaan untuk membantu UMKM dalam memperkenalkan dirinya dan memasarkan produk dan jasa yang dihasilkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Augury El Rayeb, M. H. (2020). Analisa Kebutuhan dan Perancangan Awal Aplikasi Safe Road sebagai Media Penanganan Keluhan Kerusakan Jalan pada PEMDA. *Jurnal ADAT*, 08-17.
- Einsiedel, Luz, A. (1968) **Success and Failure of some Community Development in Batanggas**. University of the Philippines. A Community Development Research Counciel Publication.
- Hafsah, M. Jafar. (2004) **Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)**. Diakses pada tanggal 3 April 2013 pukul 22.15 WIB dari www.smeccda.com