

## Pendampingan Pengembangan Teknologi Informasi pada UMKM Rangkul Semarang

Bagus Satrio Waluyo Poetro\*, Sam Farisa Chaerul Haviana

Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

**\*Corresponding Author:**

Jl. Kaligawe KM4, (024) 6583584 Unissula

E-mail: [bagusswp@unissula.ac.id](mailto:bagusswp@unissula.ac.id)

Received:  
15 December 2021

Revised:  
10 May 2022

Accepted:  
25 May 2022

Published:  
30 May 2022

### Abstrak

UMKM Rangkul (Rakyat Semarang Kuliner) merupakan suatu wadah perkumpulan bagi para pelaku UMKM di bidang kuliner yang ada di Kecamatan Ngaliyan. Sasaran UMKM Rangkul adalah meningkatkan pemasaran lokal maupun global produk – produk UMKM sebesar rata-rata 5 % per tahun. Namun terbatasnya akses masyarakat di luar anggota UMKM atas informasi produk-produk yang ada pada paguyuban membuat potensi pemasaran sangatlah kecil. Oleh karena itu dibutuhkan pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi guna mendukung promosi pemasaran pada UMKM Rangkul ini. Salah satu solusinya adalah dengan katalog online yang dapat diakses masyarakat luas untuk lebih mudah mengetahui produk-produk apa saja yang ada pada paguyuban UMKM Rangkul Semarang. Solusi dari permasalahan ini direalisasikan dalam bentuk pengembangan Katalog Online produk-produk anggota UMKM Rangkul Semarang yang dapat diakses melalui internet dan handal dalam menyajikan informasi.

**Kata kunci:** Katalog Online; Produk; UMKM.

### Abstract

*UMKM Rangkul (Rakyat Semarang Kuliner) is an association forum for MSME actors in the culinary field in Ngaliyan District. The target of UMKM Rangkul is to increase local and global marketing of UMKM products by an average of 5% per year. However, the limited access of people outside of UMKM members to information on products in the association makes the marketing potential very small. Therefore, it is necessary to use and develop information technology to support marketing promotions in this UMKM Rangkul. One solution is to use an online catalog that can be accessed by the wider community to more easily find out what products are in the UMKM Rangkul Association, Semarang. The solution to this problem is realized in the form of developing an Online Catalog of products for members of UMKM Rangkul Semarang which can be accessed via the internet and is reliable in presenting information.*

**Keywords:** Online Catalog; Product; SMEs

### PENDAHULUAN

Paguyuban UMKM Rangkul (Rakyat Semarang Kuliner) atau yang biasa disebut UMKM Rangkul merupakan suatu wadah perkumpulan bagi para pelaku UMKM di bidang kuliner yang ada di Kecamatan Ngaliyan. Paguyuban ini sebagai media komunikasi, konsultasi, informasi dan berbagi ilmu bagi para pelaku UMKM di daerah Ngaliyan. Sasaran UMKM Rangkul adalah meningkatkan pemasaran lokal maupun global produk-produk UMKM sebesar rata-rata 5 % per tahun. Termasuk juga meningkatkan kenaikan kelas usaha, dari mikro menjadi usaha besar.

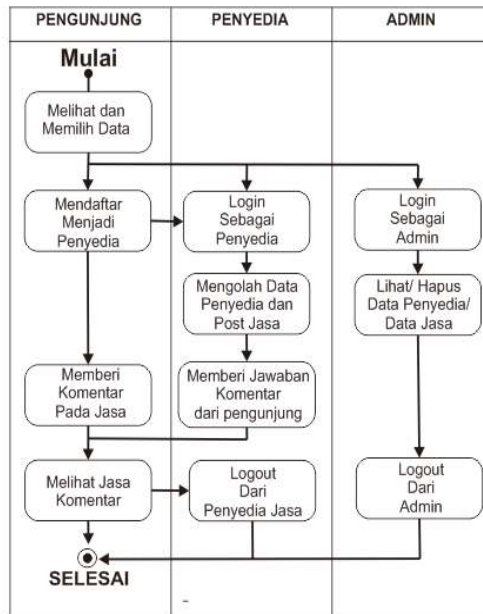
Namun terbatasnya akses masyarakat di luar anggota UMKM atas informasi produk-produk yang ada pada paguyuban membuat potensi pemasaran sangatlah kecil. Terlebih lagi dimasa pandemi, dimana banyak usaha yang melakukan pergeseran metode pemasaran dari pemasaran secara konvensional menjadi pemasaran secara online. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan yang signifikan dalam transaksi penjualan online (Hajriyanti & Akbar, 2021). Pemasaran online telah terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM (Setiawati & Widartati, 2017). Begitu pula pengaruh media online baik untuk pemasaran dan sarana promosi, mampu memberikan dampak positif bagi stabilitas kehidupan usaha (Pasaribu, 2020). Oleh karena itu dengan melihat perkembangan transisi model pemasaran UMKM, dibutuhkan pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi yang dapat diakses secara online guna mendukung promosi pemasaran pada UMKM Rangkul ini. Salah satu solusinya adalah dengan katalog online yang dapat diakses masyarakat luas untuk lebih mudah mengetahui produk-produk apa saja yang ada pada paguyuban UMKM Rangkul Semarang. Pembuatan katalog produk sendiri baik secara online maupun tidak telah dibuktikan mampu memberikan dampak positif. Dengan adanya katalog produk konsumen bisa mendapatkan informasi dengan lebih lengkap, realtime dan mudah menemukan apa yang dicari (Hayami, 2019). Dengan katalog produk online juga terbukti mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Susanti, 2018) dan dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan (Bukit et al., 2019). Hal ini kemudian berakibat pada peningkatan jumlah penjualan (Rustiarini et al., 2021) karena adanya katalog online.

Dari analisis situasi tersebut dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang ada terhadap produk-produk anggota UMKM Rangkul adalah kurangnya sarana penyedia informasi sekaligus media marketing online yang dapat diakses luas oleh masyarakat di luar anggota paguyuban. Potensi UMKM di kota Semarang sangatlah tinggi, maka akan sangat disayangkan apabila tidak dapat tersebar luas mengenai informasi produk-produknya.

## **METODE**

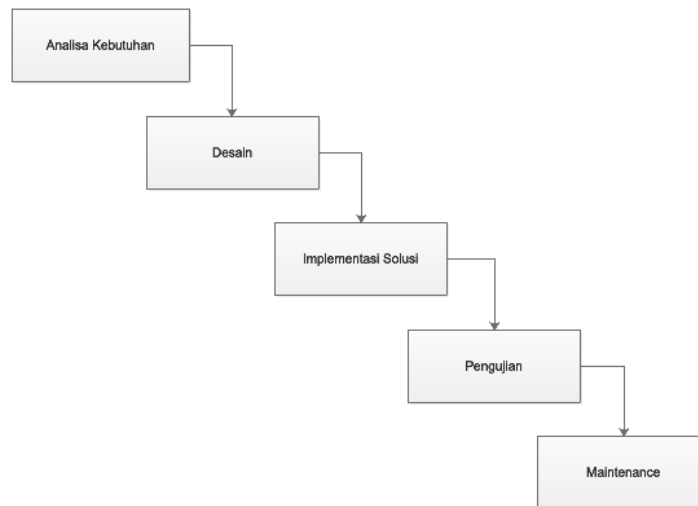
Dengan melihat situasi yang ada pada paguyuban UMKM Rangkul, maka dibutuhkan media penyampaian informasi mengenai produk-produk anggota paguyuban tersebut yang mudah diakses oleh masyarakat di luar paguyuban tersebut. Solusi dari permasalahan ini direalisasikan dalam bentuk pengembangan Katalog Online produk-produk anggota UMKM Rangkul Semarang yang dapat diakses melalui internet dan handal dalam menyajikan informasi. Handal dalam arti mudah diakses, cepat dan disajikan secara konsisten dan responsif pada semua perangkat digital akses yang memungkinkan seperti PC (*Personal Computer*), laptop dan *smartphone*.

Aplikasi katalog online sangat lazim digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk-produk yang akan dipasarkan. Seperti yang telah dilakukan pada (Hakim et al., 2015; Hidayat et al., 2020). Bahkan tidak terbatas produk berupa barang saja namun juga produk jasa seperti pada (Izzah & Kusuma, 2016). Ini membuktikan bahwa strategi promosi melalui katalog online menjadi salah satu yang efektif dalam mempromosikan produk. Gambaran umum Katalog Online yang akan dibuat seperti pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Proses Bisnis Katalog Online

Metode pelaksanaan yang diusulkan terbagi menjadi beberapa kegiatan, mulai dari pengembangan aplikasi Katalog Online, pendampingan pengisian konten hingga penggunaan untuk media promosi pemasarannya. Kegiatan dalam membuat Katalog Online digambarkan tahapannya secara umum seperti pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Tahapan pengembangan Katalog Online Produk UMKM Rangkul

1. *Analisa Kebutuhan*
2. Pada tahapan ini semua kebutuhan yang terkait permasalahan di UMKM Rangkul dikumpulkan untuk menjadi landasan pembuatan aplikasi. Beberapa pihak terkair termasuk ketua UMKM Rangkul juga memberikan masukan mengenai hal – hal yang

berkaitan dengan katalog produk UMKM. Dari tahapan ini akan dihasilkan informasi yang dapat digunakan untuk membangun aplikasi yang sesuai. Proses analisis kebutuhan juga dilakukan dengan wawancara terhadap pengurus paguyuban UMKM Rangkul. Wawancara analisis kebutuhan ditunjukkan pada

3. Gambar .



Gambar 3. Wawancara analisis kebutuhan

4. *Desain*

Tahapan desain meliputi desain fungsionalitas, *user interface* dan hal-hal lain terkait pengembangan aplikasi katalog. Proses desain dimulai dari hasil analisa yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya.

5. *Implementasi Solusi (Sistem)*

Implementasi meliputi proses coding aplikasi berdasarkan desain yang sudah dibuat serta membuat dokumentasi / manual penggunaan bagi pihak yang akan menggunakan aplikasi. Tahap implementasi juga termasuk proses perencanaan deployment aplikasi.

6. *Pengujian*

Dari hasil implementasi kemudian aplikasi yang dibangun akan diuji langsung oleh pengguna sebenarnya. Pengujian menggunakan pendekatan *Black Box* mengingat pengguna aplikasi adalah awam terhadap aplikasi yang baru dibuat. Pengujian juga termasuk melakukan *User Acceptance* untuk melihat bagaimana efektif aplikasi digunakan oleh pengguna secara langsung.

7. *Maintenance*

Tahapan terakhir adalah maintenance atau pemeliharaan. Tahapan ini sepenuhnya dilakukan oleh PIC (*Person in Charge*) dari pihak UMKM Rangkul yang ditunjuk sebagai pengelola aplikasi. Pelaksana pengabdian masyarakat hanya akan mendampingi proses pengelolaan jika terjadi permasalahan yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi dan teknis aplikasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Proses pengembangan katalog online untuk UMKM Rangkul Semarang diawali dengan diskusi antara pelaksana pengabdian dengan para stakeholder yaitu pengurus dan anggota UMKM Rangkul Semarang. Hal ini dilakukan untuk menganalisis kebutuhan yang muncul untuk mengembangkan katalog online UMKM Rangkul. Diskusi dilakukan secara offline dengan melakukan rapat dan online melalui media perpesanan Whatsapp selama proses pengembangan.

Gambar menunjukkan proses diskusi yang dilakukan melalui rapat online di kantor sekretariat UMKM Rangkul.



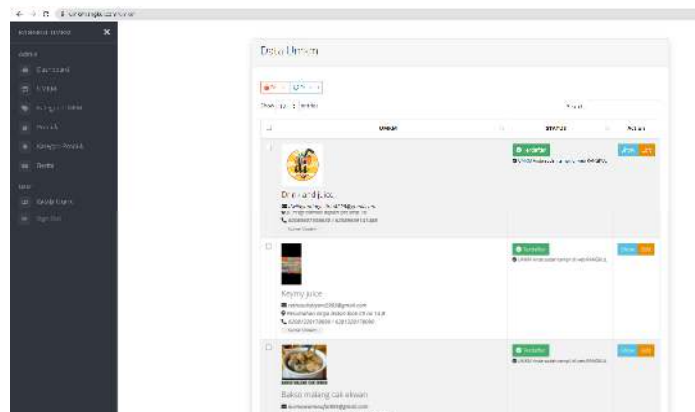
**Gambar 4.** Proses diskusi melalui rapat offline

Katalog Online atau Website yang dibuat telah dapat memenuhi ekspektasi Paguyuban UMKM Rangkul Semarang. Fungsi dalam Website ini serta Basis Data yang ada akan dijelaskan lebih detil pada subbagian berikut ini:

### **Implementasi Katalog**

#### ***Struktur Dashboard Katalog***

Database katalog merupakan pusat data yang digunakan oleh aplikasi dimana data tersebut akan ditampilkan sesuai dengan kebutuhan tiap pengguna. Contoh struktur dashboard katalog ditunjukkan pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Dashboard katalog online

#### ***Tampilan Interface Katalog***

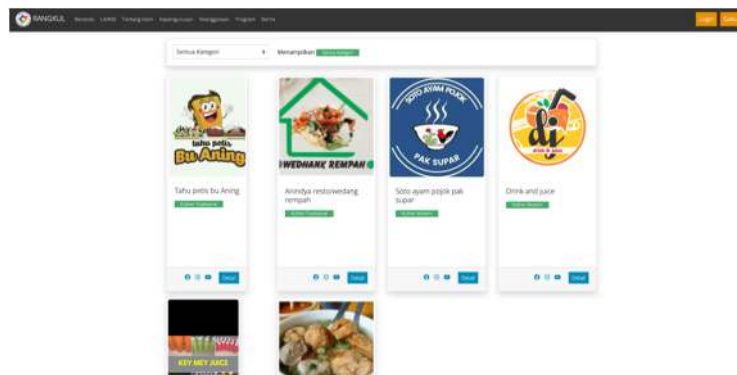
*Interface* katalog merupakan tampilan dari website yang telah dibuat. Interface inilah yang antinya akan digunakan user untuk berkomunikasi dengan sistem pada aplikasi. Tampilan Interface Katalog ditunjukkan pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Halaman beranda web katalog online UMKM Rangkul

***Tampilan daftar UMKM***

Ada sekitar 24 UMKM yang tergabung dalam paguyuban UMKM Rangkul ini. Berikut tampilan daftar UMKM menyajikan data UMKM yang sudah terdaftar sebagai anggota paguyuban UMKM Rangkul ditunjukkan pada Gambar 7.



**Gambar 7.** Tampilan halaman daftar UMKM

***Proses Peresmian Katalog Online***

Proses peresmian Katalog Online UMKM Rangkul dilaksanakan pada saat hari ulang tahun paguyuban yang pertama yaitu pada tanggal 10 Oktober 2021 di sekretariat UMKM Rangkul di daerah Ngaliyan, Semarang. Peresmian web katalog ini ditunjukkan pada Gambar 8.



**Gambar 8.** Peresmian web katalog

#### **KESIMPULAN**

Dari proses pendampingan dan pengembangan katalog online Paguyuban UMKM Rangkul, dapat disimpulkan bahwa katalog online sangat membantu para anggota Paguyuban UMKM Rangkul untuk lebih memperkenalkan produknya secara luas. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme para anggota UMKM menambahkan usahanya pada web katalog UMKM Rangkul yang dapat diakses di <https://www.umkmrangkul.com>. Hingga saat ini setidaknya ada 24 UMKM yang bergabung di web Rangkul untuk mempromosikan produknya. Hal ini menjadi indikator positif bagi pemanfaatan website katalog UMKM Rangkul ini. Ke depan web UMKM Rangkul bisa dijadikan sarana yang lebih komprehensif, baik untuk promosi dan pemasaran dengan dikembangkan fitur-fitur yang mendukung pemasaran secara online seperti kurir online, *life support*, dan lain-lain.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada Bapak Suyanto selaku ketua Paguyuban UMKM Rangkul sebagai bagian dari mitra pelaksanaan pegabdian masyarakat. Terima kasih juga diberikan kepada segenap jajaran Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) yang telah memberikan dukungan sehingga terlaksana program pengabdian masyarakat ini. Tak lupa pada rekan-rekan di Fakultas Teknologi Industri Unissula yang juga sangat membantu dengan perannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bukit, F. R. A., AS, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229–236.
- Hajriyanti, R., & Akbar, R. (2021). Analisis Dampak Pandemi COVID 19 Terhadap Pemasaran Online di Kecil dan Usaha Menengah (UMKM). *Jurnal EMT KITA*, 5(2), 140–145.
- Hakim, F. N., Solechan, A., & Migunani, M. (2015). Perancangan Katalog Digital Pada UMKM Sentra Bordir Desa Padurenan Kudus. *Jurnal Informatika Upgris*, 1(2 Desember).. <http://e-jurnal.upgrismg.ac.id/index.php/JIU/article/view/874>

- Hayami, R. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Katalog Online Dan Sistem Pemesanan Produk. *JURNAL FASILKOM (teknologi inFormASi dan Ilmu KOMputer)*, 9(2), 440–447.
- Hidayat, A. K., Nugroho, R. S., Setiawan, G. P., & Padmanty, S. (2020). Pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara Melalui Pembuatan Promosi Katalog Mebel. *Proceeding of The URECOL*, 22–26.
- Izzah, A., & Kusuma, S. F. (2016). Pembuatan Katalog Online Layanan Jasa Berbasis Web sebagai Media Periklanan Penyedia Layanan Jasa. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 108–115.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi media online sebagai solusi promosi pemasaran umkm di semarang pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 33–44.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Katalog Produk Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2615–2624.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *Proceedings*, 1(1).
- Susanti, N. (2018). Perancangan e-marketing UMKM kerajinan Tas. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 9(1), 717–722.