

## Desain Aplikasi Web Pemasaran Khusus Untuk UMKM Berdasarkan Aspek Softskill, Perspektif : Propinsi Sulawesi Utara

Maya Munaiseche<sup>1</sup>, Tineke Saroinsong<sup>2</sup>, Jeanely Rangkang<sup>3</sup>, Marike A.S. Kondo<sup>4</sup>, Hedy D. Rumambi<sup>5</sup>, Stieven N. Rumokoy<sup>6</sup>

1. Politeknik Negeri Manado, Indonesia | maya.munaiseche@polimdo.ac.id
2. Politeknik Negeri Manado, Indonesia | tinekesaroinsong@gmail.com
3. Politeknik Negeri Manado, Indonesia | jeanely.rangkang@sipil.polimdo.ac.id
4. Politeknik Negeri Manado, Indonesia | silviamarike@gmail.com
5. Politeknik Negeri Manado, Indonesia | hedydr@yahoo.com
6. Politeknik Negeri Manado, Indonesia | rumokoy@polimdo.ac.id

### Abstrak

Teknologi telah terus berkembang mengikuti zamannya. Pada bagian pemanfaatan internet sebagai bagian dari pelengkap aktifitas hidup manusia, internet telah menyentuh berbagai kelompok masyarakat dalam bagian penggunaannya. Salah satu pemanfaatannya adalah dengan menggunakan fasilitas internet sebagai bagian dari media pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan suatu aplikasi web pemasaran khusus untuk UMKM dengan mempertimbangkan aspek *soft-skill* pengelola. Sample data UMKM diambil di propinsi Sulawesi Utara. Metode yang digunakan untuk mengetahui gambaran tentang pemahaman soft-skill dari pelaku UMKM, digunakan analisis deskriptif berdasarkan tanggapan responden. Hasil yang diperoleh dari data persepsi pelaku UMKM menunjukkan responden 85% Baik. Berdasarkan data ini maka dibuatkan suatu aplikasi web pemasaran untuk digunakan bagi pelaku UMKM.

### Kata Kunci

Aplikasi Web, UMKM, Aspek *Soft-Skill*

## 1. Pendahuluan

Sejalan dengan tren revolusi industri 4.0 dan tantangan munculnya kondisi improbable seperti pandemi Covid-19 maka dapat terlihat bahwa sektor yang memiliki potensi pertumbuhan pekerjaan layak di Indonesia baik saat ini maupun di masa yang akan datang adalah sektor digital economy. Dalam menghadapi revolusi industri 4.0 ini, teknologi digital menjadi salah satu modal utama yang dibutuhkan oleh para pelaku industri untuk mengembangkan lini usaha mereka. Kehadiran industri 4.0 pun menjadi bukti bahwa saat ini perkembangan industri tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak yang positif bagi Indonesia, salah satunya dampak positif pada peningkatan kapitalisasi perekonomian negara. Dengan adanya teknologi digital, suatu negara dapat mendorong perekonomiannya ke arah ekonomi digital.

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini semakin menyadarkan kita betapa digitalisasi ekonomi benar merupakan sebuah keniscayaan di era industri 4.0. Pembatasan mobilisasi massa menjadi penghambat sejumlah aktivitas ekonomi potensial seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), tetapi pertumbuhan ekonomi masih dapat ditopang oleh ekonomi digital melalui teknologi e-commerce dan financial technology (fintech). Ekonomi digital hadir dengan topografi yang landai, inklusif, dan membentangkan ekualitas peluang. Karakteristik ini memiliki konsep kompetisi yang menjadi spirit industri yang dengan mudah terangkat oleh para pelaku UMKM dan Start-Up yang mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Karena itu pula ekonomi digital merupakan 'sharing economy' yang mengangkat banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk memasuki bisnis dunia. Kondisi ini merupakan sebuah leverage ekosistem yang baik untuk Indonesia yang sejak awal memimpikan kebanggaan spirit entrepreneurship dan ekonomi kreatif sebagai katalis perekonomian bangsa.

Google dan TEMASEK (2018) dalam hasil penelitiannya, menyebutkan bahwa salah satu hal yang mendukung perkembangan digital economy di Indonesia adalah banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia. Menurut data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Pengguna internet di Indonesia, setiap tahun meningkat secara signifikan. Gambarnya seperti ini; pada 2014, pengguna internet di Indonesia baru mencapai 88 juta orang. Namun, pada 2016, survei APJII menyebutkan ada kenaikan jumlah pengguna menjadi 132,7 juta pengguna. Lalu, pada 2017 jumlahnya semakin meningkat. Pada tahun itu, pengguna internet berjumlah 143,26 juta. Angka ini terus meningkat hingga di 2018 mencapai 171,17 juta pengguna. Menurut proyeksi McKinsey & Company (2018) Indonesia diperkirakan memiliki pasar perdagangan online sebesar 5 Miliar untuk perdagangan online formal, dan lebih dari 3 Miliar untuk perdagangan online informal. Dengan sumbangsih ke PDB Indonesia sebesar 2,9%. Ekonomi digital juga diproyeksikan akan menghasilkan pertumbuhan pendapatan hingga 80% lebih tinggi untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Mobilisasi ekonomi secara digital juga akan mendorong terciptanya sejumlah pekerjaan baru. Menurut proyeksi McKinsey & Company (2018) Pada tahun 2025, ekonomi digital di Indonesia

diperkirakan akan menciptakan 3,7 juta pekerjaan tambahan. Hal ini sejalan dengan penelitian Bank Indonesia melalui Paundralingga (2018) mengenai perubahan struktural pasar tenaga kerja terkait ekonomi digital yang membenarkan serapan kerja dari ekonomi digital sebagai alternatif penciptaan lapangan kerja.

Pada data terakhir yang dirilis oleh Hootsuite Digital Report tahun 2020 menunjukkan ekosistem digital yang berkembang pesat di Indonesia dan menciptakan potensi pusat pertumbuhan ekonomi baru. Dalam rilis data tersebut terlihat bahwa pada tahun 2020 populasi Indonesia mencapai 272,1 juta dengan urbanisasi mencapai 55% dari populasi. Secara mengejutkan, data penggunaan smartphone mencapai 338,2 juta yang jumlahnya melebihi jumlah populasi Indonesia dengan perbandingan 124%. Jumlah pengguna internet sebanyak 175,4 juta (64%) dan jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta (59%). Dampak ekonomi digital di Indonesia yaitu setidaknya 30% dari perdagangan online merupakan konsumsi baru, menangkap kebutuhan yang sebelumnya belum terjangkau, menyediakan 26 juta pekerjaan, terutama di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dampak lainnya yaitu konsumen di luar Jawa menjadi lebih hemat 11-25% dari berbelanja online dan lebih dari 35% pendapatan yang dihasilkan dari e-commerce dihasilkan oleh perempuan, dibandingkan ritel offline yang hanya sekitar 15%. Data yang ada menunjukkan onboarding UMKM baru mencapai 14,7 juta sehingga transformasi UMKM digital baru mencapai sekitar 22% perlu optimalisasi untuk menyebarkan manfaatnya.

## 1.1. *Soft-Skill* UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi penopang ekonomi yang paling besar dalam perekonomian di Indonesia dibuktikan dengan adanya UMKM yang menjadi katup pengaman perekonomian Indonesia pada masa krisis dan menjadi penggerak dari pertumbuhan ekonomi pasca krisis (Tedjasuksmana, 2014). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Hidayat & Fadilah, 2009).

Untuk menjalankan UMKM, ada banyak keterampilan yang dibutuhkan, salah satunya adalah soft-skill. Soft-skill adalah keterampilan non teknis yang dibutuhkan agar bisa sukses dalam pekerjaan, termasuk dalam menjalankan usaha. Soft-skill mencakup beberapa hal yang erat kaitannya dengan karakteristik diri, yaitu motivasi, sosiabilitas, etos kerja kepemimpinan dalam organisasi, kreativitas dalam bekerja, memiliki ambisi yang baik, rasa tanggung jawab yang tinggi, dan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi untuk mengembangkan pekerjaannya sehingga memudahkan di dalam berbisnis (Muhamad, 2014).

Selain sebagai keterampilan non teknis, ada beberapa aspek dari soft-skill yang dapat dijelaskan seperti dalam penjelasan Purwadhi, dkk (2021) dalam Jurnal Sosial dan Abdimas 2021 tentang pelatihan soft-skill bagi para pelaku UMKM. Aspek pertama dari soft skill adalah

etika bisnis. Etika Bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan antara lain: norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berlaku secara ekonomi dan sosial (Prihatminingtyas, 2019). Etika bisnis harus dimiliki oleh pelaku UMKM. Pelaku usaha harus memiliki sifat jujur, loyal, adil, dan patuh pada setiap peraturan. Tidak melakukan perbuatan yang merugikan masyarakat maupun industri, serta tidak melakukan perbuatan tercela. Aspek kedua dari soft-skill yang dipaparkan adalah tentang budaya kerja. Menurut Kepmenpan No.25/KEP/M.PAN/04/2002, Budaya Kerja adalah cara kerja sehari-hari yang bermutu dan selalu mendasari nilai-nilai yang penuh makna sehingga menjadi motivasi, memberi inspirasi untuk senantiasa bekerja lebih baik dan memuaskan bagi masyarakat yang dilayani. Hasil budaya kerja dapat diamati dan dirasakan melalui perilaku setiap pelaku usaha UMKM. Kemudian, aspek soft-skill selanjutnya adalah kreativitas. Kreativitas merupakan soft-skill yang sangat wajib dimiliki seorang profesional atau wirausahawan. Ide kreatif dan inovasi datang dari rasa ingin tahu, soft-skill ini juga sangatlah berguna dalam hal penyelesaian masalah. Ketika pelaku usaha menghadapi sebuah masalah dalam pekerjaan, rasa ingin tahu akan membuatnya mencari sumber permasalahan tersebut hingga berhasil mendapatkannya. Saat pelaku usaha sudah mengetahui sumber masalahnya, maka harus memikirkan solusi yang tepat dan efisien untuk dapat menyelesaikannya. Kreativitas dan inovasi akan sangat membantu pelaku usaha untuk mencari solusi paling efisien untuk masalah yang sedang dihadapi. Aspek soft-skill terakhir yang dipaparkan adalah integritas. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, integritas diartikan sebagai mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan memancarkan kewibawaan; kejujuran. Salah satu indikator yang paling sering disebutkan sebagai representasi sifat orang yang berintegritas adalah kejujuran (Endro, 2017).

## 1.2. UMKM Sulawesi Utara

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Daerah Provinsi Sulawesi Utara per 31 Desember 2020 jumlah UMKM di Sulawesi Utara adalah sebanyak 423.036 dengan rinciannya yaitu usaha mikro (385.212), usaha kecil (24.909), dan usaha menengah (12.915) dengan pembagian kriteria UMKM yang mengacu kepada Undang-Undang tentang UMKM tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah No.7 tahun 2021 yang membagi kriteria UMKM berdasarkan kriteria umum, kekayaan bersih atau modal usaha, serta hasil penjualan tahunan. Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara melalui Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekretariat Daerah Provinsi Sulawesi Utara menyatakan bahwa tumbuhnya perekonomian Sulawesi Utara sebesar 8,49% ikut disokong oleh UMKM. Angka pertumbuhan tersebut bisa dicapai karena peran besar dari UMKM memajukan perdagangan dalam negeri maupun lewat kegiatan ekspor.

Adapun berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara untuk meningkatkan sumber daya manusia UMKM diantaranya yaitu melakukan pendidikan dan pelatihan serta pendampingan bagi pelaku usaha berupa Pendidikan dan Pelatihan

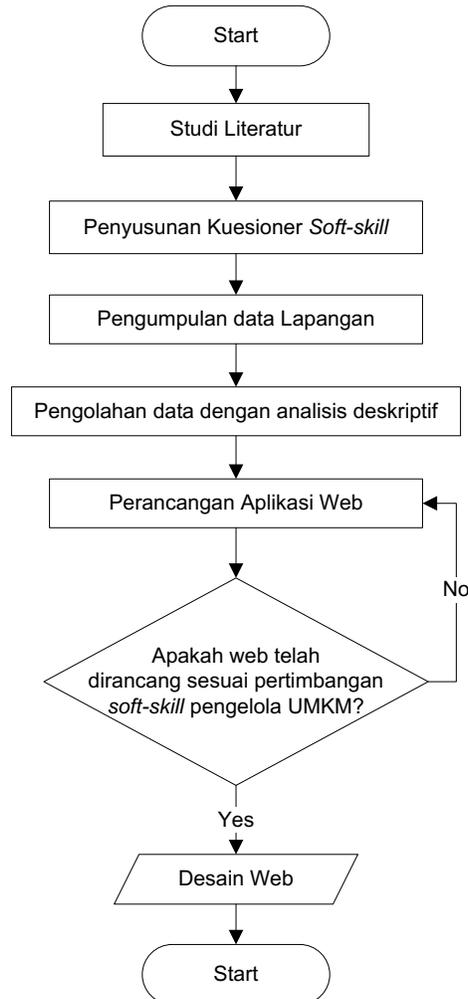
Kewirausahaan, Manajemen Keuangan Pengelolaan Usaha, Pelatihan Vokasional sesuai kebutuhan peserta, Bimbingan Teknis yang dilaksanakan baik oleh Pemerintah Pusat (K/L), Pemerintah Daerah, juga dari pihak swasta yang pada intinya bertujuan untuk peningkatan pengetahuan, keterampilan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, bahkan dapat menghasilkan produk yang semakin berkualitas dan berdaya saing. Pelaksananya dilakukan secara *online* (daring) ataupun secara *offline* (luring) disertai pendampingan bagi pelaku usaha untuk masuk dalam dunia digital. Pemerintah Provinsi menerapkan beberapa regulasi yang dibutuhkan untuk melindungi para pelaku UMKM dan membuat sektor ini lebih tertata.

Provinsi Sulawesi Utara saat ini dipercayakan menjadi *major project* pengelolaan terpadu UMKM sebagai wujud implementasi konsep pembangunan *thematic, holistic, integrative, dan spatial* (THIS). Sulawesi Utara menjadi tempat untuk desain *major project* pengembangan proses *business-to-business* koperasi dan UMKM. Pihak pemerintah daerah akan memperkuat apa yang menjadi kebutuhan dari koperasi dan UMKM, sehingga pengelolaan terpadu yang dilakukan tersebut akan dapat meningkatkan jumlah dan kualitas produksi. Sejalan dengan hal tersebut, tim peneliti Prioritas Riset Nasional (PRN) Politeknik Negeri Manado, salah satu institusi Pendidikan Tinggi yang ada di Sulawesi Utara sekaligus sebagai institusi Pendidikan Tinggi Vokasional, telah bekerja sama dengan pelaku UMKM yang tersebar di beberapa Kabupaten dan Kota yang ada di Sulawesi Utara dengan tujuan untuk peningkatan *soft-skill* dalam mendukung daya saing UMKM Sulawesi Utara menuju bisnis online internasional. Selain dilakukan pelatihan untuk peningkatan *soft-skill* juga telah diambil data berupa kuesioner untuk mengetahui persepsi dari pelaku UMKM mengenai pemahaman terhadap *soft-skill* untuk mendukung kesiapan pelaku UMKM menuju bisnis online internasional.

## 2. Metode Penelitian

Data diambil dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui persepsi pelaku UMKM di Sulawesi Utara dengan indikator dari *soft-skill* sebagai keterampilan non teknis dan *soft-skill* dalam aspek etika bisnis, budaya kerja, kreativitas dan integritas. Jumlah responden yang diambil data persepsinya adalah sebanyak 30 pelaku UMKM yang tersebar di 8 Kabupaten/Kota yang ada di Sulawesi Utara. Untuk mengetahui gambaran tentang pemahaman *soft-skill* dari pelaku UMKM, digunakan analisis deskriptif berdasarkan tanggapan responden atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, dengan item-item dalam kuesioner digambarkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Rekapitulasi hasil jawaban responden dengan mengalikan frekuensi jawaban dengan bobot untuk tiap jawaban berdasarkan Skala Likert, kemudian dihitung nilai persentase jawaban dengan membandingkan terhadap skor ideal, dan dihitung nilai rata-rata (mean) untuk setiap jawaban responden dengan melakukan pembagian berdasarkan jumlah responden (n). Untuk hasil pada nilai persentase kemudian dimasukkan kedalam kategori persentase menurut Arikunto (1998) yaitu kategori 'Baik' dengan nilai >75% - 100%, kategori 'Cukup' dengan nilai >55% - 75%, kategori 'Kurang Baik' dengan nilai 40% - 55% dan kategori 'Tidak Baik' dengan nilai <40%.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, maka desain web akan dibuat melalui rancangan flowmap sistem yang dibangun. Dari rancangan flowmap sistem maka Aplikasi web pemasaran akan dirancang. Secara umum, tahapan pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan tahapan seperti pada gambar 2.1. Flowchart Penelitian.



**Gambar 2.1.** Flow chart Penelitian

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Hasil Data Persepsi Pelaku UMKM Sulawesi Utara

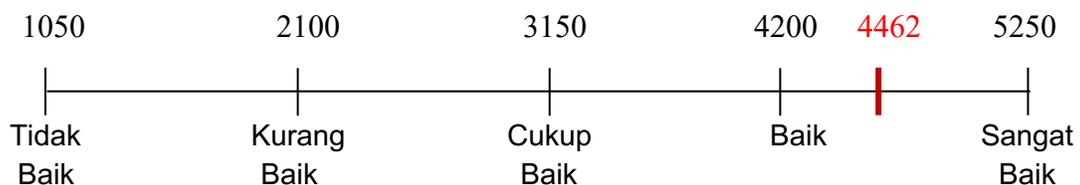
Teknis pengambilan data dilakukan dengan mengunjungi para pelaku UMKM di daerah Propinsi Sulawesi Utara. Para pelaku UMKM diminta mengisi kuisioner yang telah disusun. Kuisioner yang disusun merupakan pertanyaan-pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan penilaian pada aspek *soft-skill* para pelaku UMKM. Adapun hasil data persepsi pelaku UMKM tersebut yaitu:

**Tabel 1.** Pengaturan jenis dan ukuran huruf dalam dokumen

NO	PERNYATAAN	Skor	%	Mean	n	Ket.
<b>Keterampilan Non Teknis</b>						
1	Saya dapat bekerjasama dengan orang lain	136	90,7%	4,53	30	Baik
2	Saya mampu menghadapi pekerjaan mendesak	128	85,3%	4,27	30	Baik
3	Saya mampu berkomunikasi dengan baik	131	87,3%	4,37	30	Baik
4	Saya mampu bekerja di bawah tekanan	107	71,3%	3,57	30	Cukup
5	Saya memiliki rasa untuk melayani	134	89,3%	4,47	30	Baik
6	Saya mampu beradaptasi	133	88,7%	4,43	30	Baik
7	Saya memiliki sikap untuk berinisiatif	133	88,7%	4,43	30	Baik
8	Saya jujur dalam bekerja	138	92,0%	4,60	30	Baik
9	Saya mampu bekerja secara mandiri	133	88,7%	4,43	30	Baik
10	Saya memiliki jiwa kepemimpinan yang baik	128	85,3%	4,27	30	Baik
11	Saya bertanggung jawab dalam bekerja	137	91,3%	4,57	30	Baik
12	Saya memiliki motivasi dalam bekerja	134	89,3%	4,47	30	Baik
13	Saya adalah seorang pekerja keras	135	90,0%	4,50	30	Baik
14	Saya memiliki kepercayaan diri yang tinggi	133	88,7%	4,43	30	Baik
15	Saya mempunyai visi ke depan	133	88,7%	4,43	30	Baik
16	Saya adalah orang yang optimis	126	84,0%	4,20	30	Baik
17	Saya mampu berpikir analitis	117	78,0%	3,90	30	Baik
18	Saya cakap berbahasa Inggris	84	56,0%	2,80	30	Cukup
19	Saya mampu mengoperasikan komputer	72	48,0%	2,40	30	Kurang
20	Saya mampu mengorganisir pekerjaan	126	84,0%	4,20	30	Baik
<b>Etika Bisnis</b>						
1	Pelaku usaha harus mengutamakan kehidupan dan kelangsungan hidup dari usahanya	137	91,3%	4,57	30	Baik
2	Pelaku usaha harus melayani kebutuhan masyarakat melalui usaha yang dijalankannya	132	88,0%	4,40	30	Baik
3	Pelaku usaha mampu memanfaatkan sumber daya yang terbatas	130	86,7%	4,33	30	Baik
4	Pelaku usaha mampu menjaga keseimbangan bisnis dan kehidupan sosial	127	84,7%	4,23	30	Baik
5	Pelaku usaha mampu menggali sumber daya yang berguna	132	88,0%	4,40	30	Baik
6	Pelaku usaha mendapatkan keuntungan dan manfaat untuk	129	86,0%	4,30	30	Baik

jangka panjang						
<b>Budaya Kerja</b>						
1	Cara kerja sehari-hari selalu didasari oleh nilai-nilai yang penuh makna	134	89,3%	4,47	30	Baik
2	Cara kerja menjadi motivasi untuk senantiasa melakukan yang terbaik	137	91,3%	4,57	30	Baik
3	Cara kerja memberi inspirasi dan memuaskan bagi masyarakat	134	89,3%	4,47	30	Baik
<b>Kreativitas</b>						
1	Ide bisnis dan pekerjaan datang dari rasa ingin tahu dan kemauan untuk berusaha	134	89,3%	4,47	30	Baik
2	Mencari sumber permasalahan ketika sedang menghadapi kendala atau hambatan	129	86,0%	4,30	30	Baik
3	Memikirkan solusi yang tepat dan efisien dalam menyelesaikan permasalahan	127	84,7%	4,23	30	Baik
<b>Integritas</b>						
1	Memiliki potensi dan memancarkan kewibawaan	126	84,0%	4,20	30	Baik
2	Membangun dan mempertahankan identitas diri	128	85,3%	4,27	30	Baik
3	Memiliki keselarasan antara pikiran dan tindakan	128	85,3%	4,27	30	Baik

Instrumen pengambilan data berupa kuesioner dengan total 35 pernyataan dengan 5 opsi jawaban yang diberikan skor 1 – 5, dan jumlah responden sebanyak 30 responden UMKM di Sulawesi Utara. Apabila seluruh responden memberikan skor tertinggi untuk setiap item pernyataan pada kuesioner maka hasilnya adalah =  $5 \times 35 \times 30 = 5250$ , dimana untuk skor yang tertinggi yaitu = 5, dengan jumlah item = 35 dan jumlah responden = 30. Sedangkan apabila seluruh responden memberikan skor terendah untuk setiap item pernyataan maka hasilnya adalah =  $1 \times 35 \times 30 = 1050$ , dimana skor yang terendah yaitu = 1, dengan jumlah item = 35 dan jumlah responden = 30. Jumlah skor hasil jawaban dari seluruh responden berjumlah = 4462. Dengan demikian dapat diketahui nilai persentase menurut persepsi secara keseluruhan dari 30 responden tersebut yaitu =  $4462 / 5250 \times 100 = 85 \%$  berdasarkan jawaban responden. Hal ini dapat dibuat kategori penyebaran data dalam bentuk sebagai berikut:



**Gambar 3.1.** Penyebaran Data

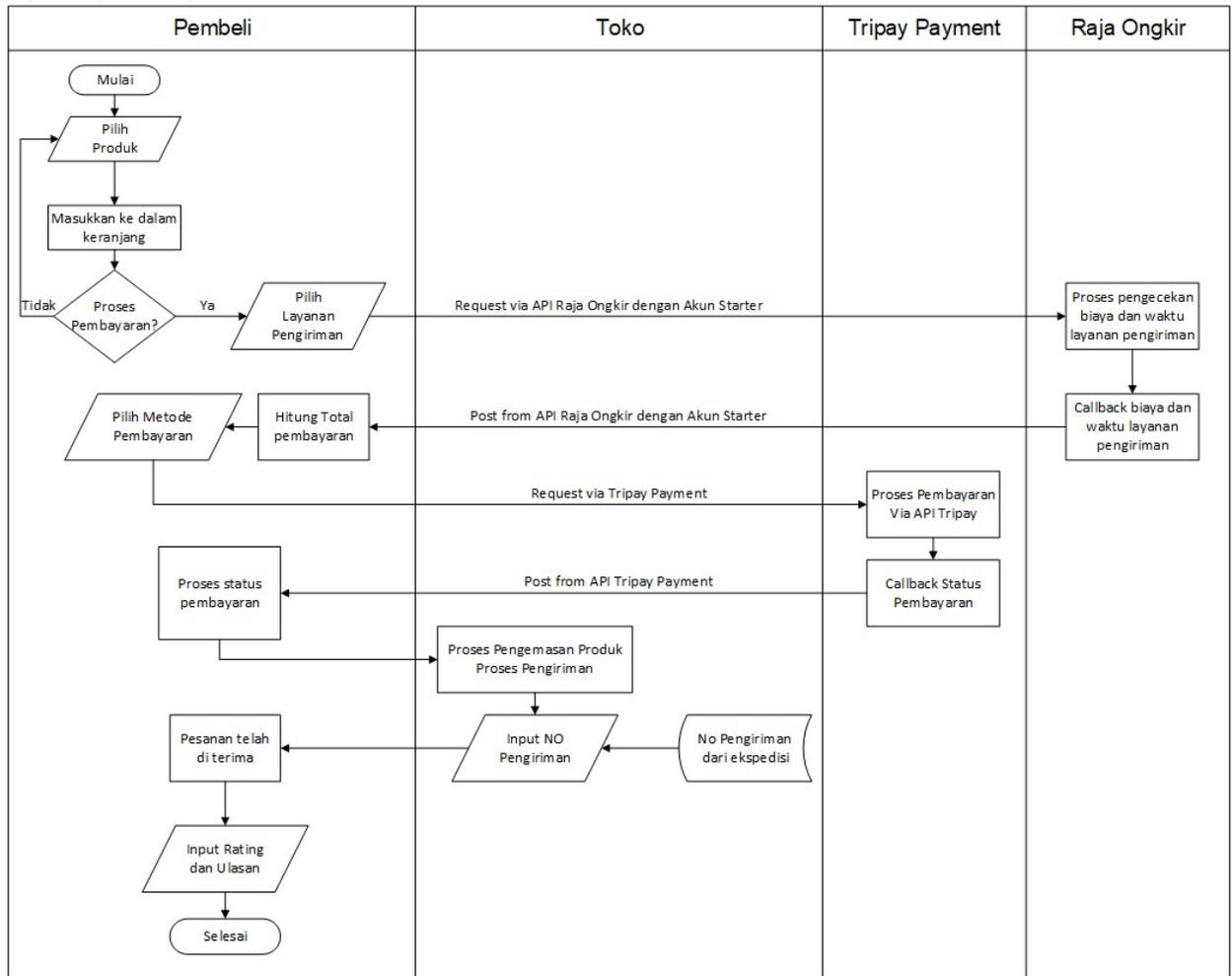
Total skor untuk jumlah = 4462 termasuk dalam kategori interval “baik” menuju ke “sangat baik”. Dari hasil analisis skor jawaban responden menunjukkan nilai baik sebesar 85 %. Meskipun demikian, ketika melihat data hasil persepsi pelaku UMKM tersebut secara detail maka akan terlihat tiga kemampuan yang bisa menjadi masalah atau kendala bagi UMKM terutama dalam kesiapan UMKM menuju bisnis online internasional. Kemampuan tersebut adalah kemampuan bekerja di bawah tekanan dan kemampuan dalam Bahasa Inggris yang hanya mendapat nilai kategori ‘Cukup’ berdasarkan persepsi pelaku UMKM serta ditambah satu kemampuan yang dapat menjadi masalah atau kendala yang paling besar yaitu kemampuan mengoperasikan komputer yang mendapat nilai kategori ‘Kurang’ berdasarkan persepsi dari pelaku UMKM tersebut. Dalam mempersiapkan UMKM menuju bisnis internasional, untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam ekonomi digital, ketika dunia usaha memasuki ruang virtual dengan potensi yang luar biasa, maka kemampuan bekerja di bawah tekanan serta kemampuan Bahasa Inggris yang ‘Cukup’ saja tidak akan dapat membantu UMKM untuk bertahan apalagi ditambah kemampuan mengoperasikan komputer yang ‘Kurang’ maka akan membuat UMKM mengalami ketertinggalan, tidak akan mampu bersaing hingga gagal untuk bertahan menghadapi perubahan dunia usaha.

### 3.2. Tanggapan Solusi Berdasarkan pengolahan data *soft-skill*

Untuk menghadapi permasalahan dari UMKM tersebut diatas, maka diperlukan solusi yang cepat untuk bisa mengatasi kendala terkait kemampuan bekerja di bawah tekanan, kemampuan Bahasa Inggris, dan terutama kemampuan dalam mengoperasikan komputer. Solusi yang dihadirkan haruslah cepat mengikuti kecepatan digitalisasi dan virtualisasi dunia usaha yang sangat cepat dengan perubahan yang muncul setiap saat. Proses digitalisasi dunia usaha dapat berlangsung dengan kecepatan yang sangat tinggi berkat hadirnya *Big Data*, Algoritma (sistem kerja) komputer yang semakin canggih, dan ditambah dengan hadirnya Kecerdasan Buatan (*artificial intelligence*) yang memungkinkan segalanya berjalan dengan sangat cepat dan dengan kuantitas yang sangat banyak serta kualitas yang sangat baik. Oleh karena itu, solusi yang dihadirkan juga harus dapat memanfaatkan *Big Data*, Algoritma bahkan Kecerdasan Buatan tersebut. Dengan memanfaatkan *Big Data*, Algoritma bahkan Kecerdasan Buatan maka permasalahan terkait bekerja di bawah tekanan akan langsung teratasi dikarenakan sistem kerja komputer yang tidak mengenal tekanan kerja (*stress*). Sistem kerja komputer juga dapat langsung mengatasi kendala penguasaan Bahasa Inggris karena sistem dapat dengan cepat menyalin informasi dari Bahasa Inggris ke bahasa apapun yang diinginkan ataupun sebaliknya. Terakhir, sistem kerja yang otomatis akan langsung memudahkan pelaku usaha untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan komputer karena sistem yang otomatis akan mempermudah penggunaan komputer.

### 3.2. Desain Aplikasi web

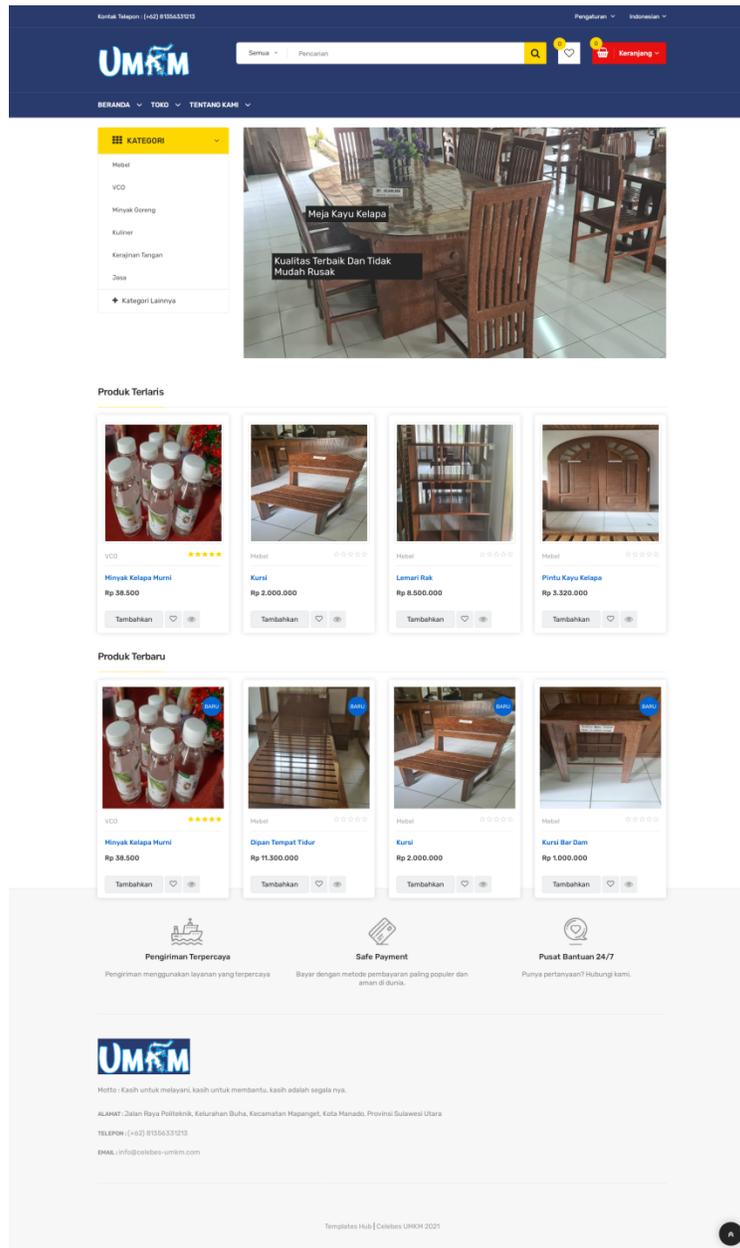
Berdasarkan pertimbangan aspek *Soft-skill*, maka dapat dirancang suatu web pemasaran untuk menunjang UMKM dalam melakukan promosi dan transaksi. Flow map sistem dirancang dengan bagian seperti pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Flowmap Sistem

Mengacu pada rancangam sistem maka aplikasi web didisain seperti berikut:

Pada laman utama terdapat beragam informasi yang ditampilkan, Sisi pengakses web sebagai pelanggan tetap ditonjolkan karena sesuai dengan tujuan awal web yang dirancang merupakan web pemasaran. Pada sisi pengguna web sebagai pengelola UMKM, Pengguna dapat mengakses dengan mendaftarkan diri melalui tombol pengaturan untuk masuk mendaftarkan ke sistem web.



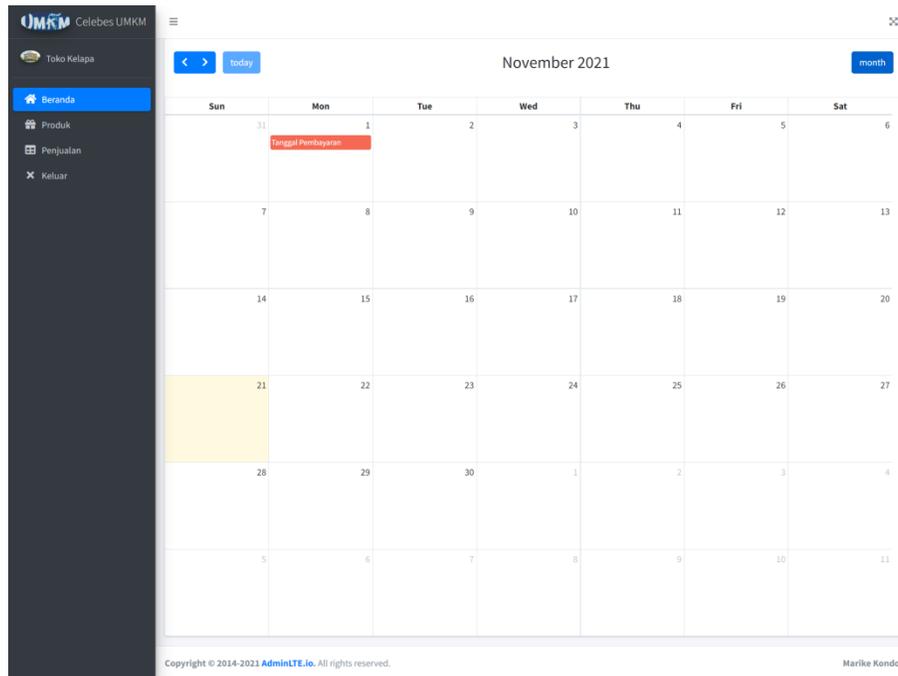
**Gambar 3.3.** Tampilan Laman Utama Web

Setelah pengguna web masuk melalui tombol masuk, maka pengguna web dalam hal ini adalah pelaku UMKM wajib mengisi kelengkapan data yang perlu diinput ke sistem. Data yang perlu diisi ke dalam sistem dapat dilihat pada Gambar 3.4.

The image shows a screenshot of the UMKM website's user interface. At the top, there is a dark blue header with the UMKM logo, a search bar, and navigation links. Below the header, there are two main sections: 'Login' and 'Register'. The 'Login' section has fields for 'Email Address' and 'Password', with a 'LOGIN' button. The 'Register' section has fields for 'Nama Lengkap\*', 'Email\*', 'No Handphone\*', 'Password', 'Ulangi Password', 'Alamat', 'Provinsi', 'Kota', 'Kecamatan', 'Kelurahan', and 'Foto'. There is also a 'HENDAFTAR' button. Below the forms, there are three icons representing 'Pengiriman Terpercaya', 'Safe Payment', and 'Pusat Bantuan 24/7'. At the bottom, there is a footer with the UMKM logo, motto, address, phone number, email, and a copyright notice.

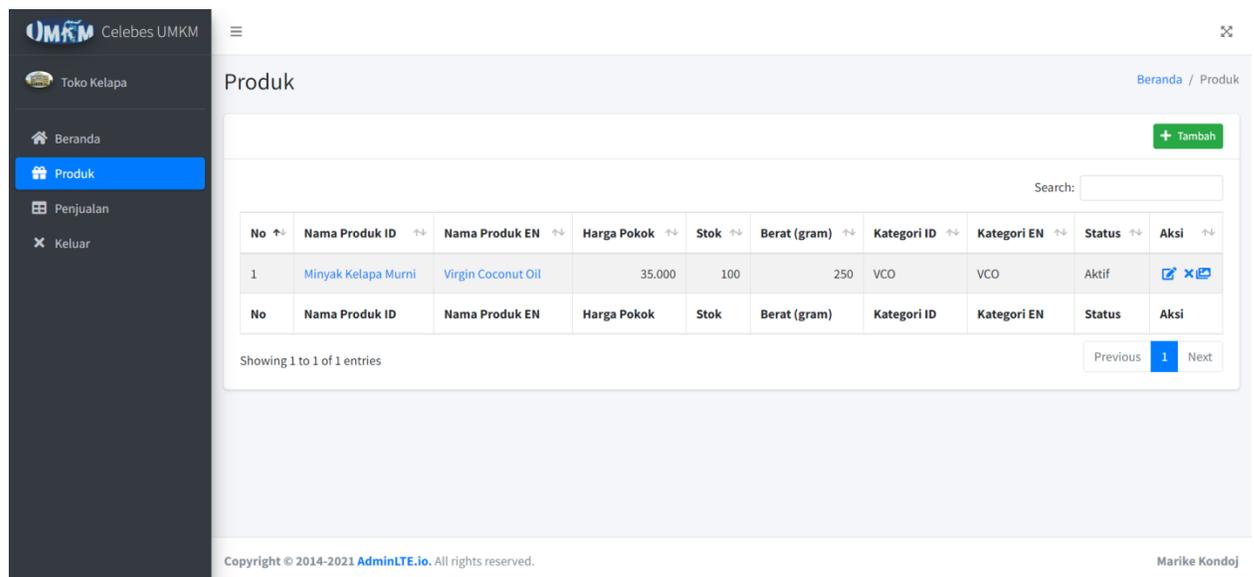
Gambar 3.4. Tampilan Laman Login dan Register

Setelah pengguna dapat melengkapi data, maka Pelaku UMKM dapat mengatur jadwal, Produk dan Penjualannya didalam sistem. Pengaturan transaksi pada web ini telah dirancang dapat terintegrasi dengan sistem pembayaran yang beragam. Pengaturan pemesanan produk dan transaksi diatur sedemikian rupa sehingga fleksibilitas dan kenyamanan pengguna dapat diutamakan.



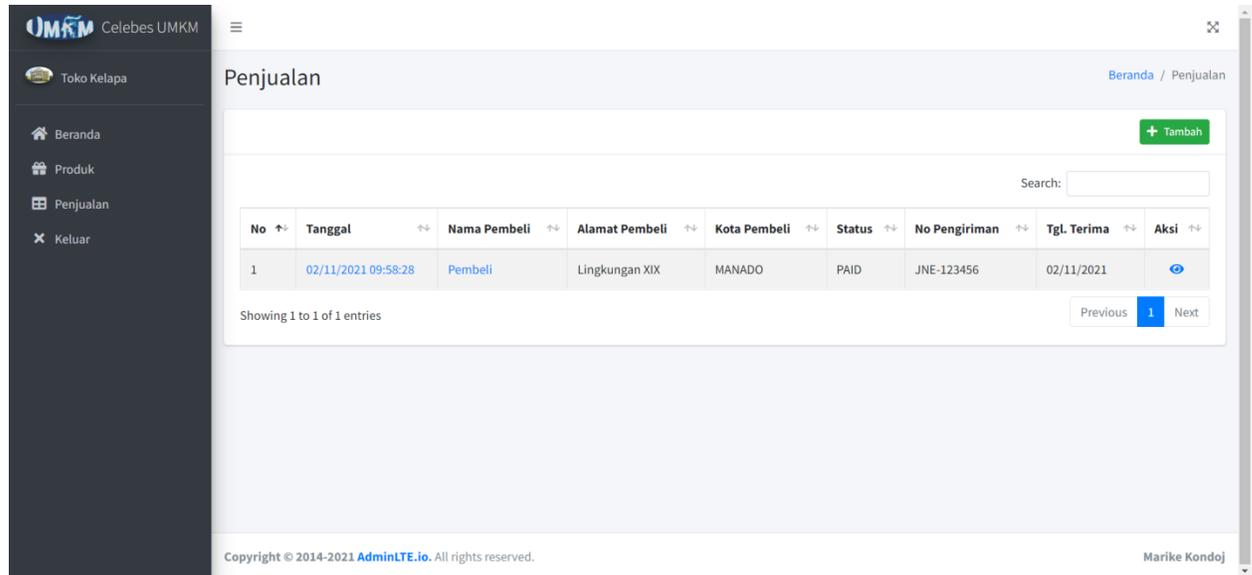
**Gambar 3.5.** Tampilan laman Beranda

Pada Tampilan beranda, Pengguna dapat memperoleh informasi waktu proses jual beli, secara otomatis informasi transaksi akan terekam pada laman ini. Ini akan mempermudah pelaku UMKM untuk memonitor kegiatan penjualan produk yang ada.



**Gambar 3.6.** Tampilan Laman Produk

Pada laman Produk, pengguna web yang sebagai pelaku UMKM dapat kemudian mengatur informasi produk yang akan ditawarkan. Pengguna perlu memberikan informasi produk yaitu Nama produk yang akan ditawarkan, Harga Pokok yang akan dijual, Stok pada Pengelola UMKM, Informasi Berat broduk dan lainnya. Informasi mengenai fisik produk dimasukan melalui laman ini.



**Gambar 3.7.** Tampilan Laman Penjualan

Pada laman penjualan, Pengguna web yang adalah pengelola UMKM dapat memonitor proses transaksi pembelian produk. Proses yang dimulai dari pemesanan produk oleh pembeli sampai pada penyelesaian pengiriman dan pembayaran, informasinya tertera pada laman ini.

#### 4. Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dari data persepsi pelaku UMKM menunjukkan responden 85% Baik. Berdasarkan data ini maka dibuatkan suatu aplikasi web pemasaran untuk digunakan bagi pelaku UMKM. Aplikasi web telah dibuat berdasarkan aspek soft-skill pelaku usaha. Desain web yang dibuat sedemikian rupa dapat digunakan dengan baik oleh pelaku usaha UMKM.

## Daftar Rujukan

- APJII (2019) Survei penetrasi dan perilaku pengguna internet 2018. Bulletin APJII. <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI40Mei2019.pdf>
- Endro, G. (2017). Menyelisik Makna Integritas dan Pertentangannya dengan Korupsi. Jurnal KPK, 3(1).
- Google & TEMASEK. (2018). e-Conomy SEA 2018. <file:///C:/Users/Costumer/Downloads/Deck e-Conomy SEA 2018 by Google Temasek JtMIO3o.pdf>
- Hidayat, I. P., & Fadilah, A. R. (2009). Pengaruh Penyaluran Kredit Operasional, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dan Pendapatan Terhadap Laba Operasional (Kasus Pada PT.Bank Jabar Banten Tbk). Jurnal Akuntansi.
- McKinsey & Company. (Aug, 2018). The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia's Economic Development. <https://cdn.indonesia-investments.com/documents/McKinsey-The-Digital-Archipelago-How-Online-Commerce-is-Driving-Indonesias-Economic-Development.pdf>
- Muhamad, M. (2014). Program Pendidikan Karakter dan Pemaknaan Pengembangan Soft Skill di SMK NU Gresik. Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan 2 (2).
- Paundralingga (2019) Perubahan Struktural Pasar Tenaga Kerja Terkait Ekonomi Digital: Studi Kasus Jasa Transportasi Daring. Working Paper Bank Indonesia: Jakarta. <file:///C:/Users/Costumer/Downloads/WP-BI-No-4-2018.pdf>
- Prihatmingtyas, B. (2019). Etika Bisnis: Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders. CV IRDH.
- Simanjuntak, Christopel H, Ruindungan, D. G. S., & Rumokoy, S. N. (2020). Perancangan aplikasi mikrolet online “Badola” untuk pengembangan smart city di kota manado. 30(1), 14–25. <http://journal2.um.ac.id/index.php/tekno/article/view/14772/pdf>
- Simanjuntak, Christopel Hamonangan, & Rumokoy, S. N. (2019). Perancangan Konsep Aplikasi Online Marketplace “Babli” Untuk Pengembangan Desa Pintar Di Sulawesi Utara. Jurnal Teknik Elektro Dan Komputer, 8(3), 211–218.