

HASIL

CEK_Paket_Wisata_UKM_dalam _Rangka_Peningkatan_Ekonomi i_Kerakyatan

by Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta 45

Submission date: 14-Dec-2023 10:17AM (UTC+0700)

Submission ID: 2258501582

File name: Paket_Wisata_UKM_dalam_Rangka_Peningkatan_Ekonomi_Kerakyatan.pdf (329.2K)

Word count: 2124

Character count: 13438

PEMBUATAN MODEL TEKNOLOGI INFORMASI PAKET WISATA UKM DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI KERAKYATAN

Sri Handayaningsih¹⁾, Wahyu Pujiyono²⁾

^{1,2)} Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Prof. Dr. Soepomo Janturan, Warungboto, Yogyakarta. Telp 0274. 3815223, 379418

Email : ¹⁾ning_s12@yahoo.com, ²⁾yywahyu@yahoo.com

Abstrak

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan sarana masyarakat dalam meningkatkan perekonomian, namun demikian masih banyak yang UKM yang belum dapat perhatian baik dari pemerintah maupun dari masyarakat. Kurangnya perhatian pemerintah pada UKM yaitu pada proses pengembangan UKM, sedangkan kurangnya perhatian masyarakat yaitu pada ketidaktahuan informasi produk yang dihasilkan oleh UKM. Permasalahan ini yang menjadi kendala dalam meningkatkan pendapatan, sehingga diperlukan sebuah sarana yang dapat dijadikan sebagai alat informasi bagi masyarakat tentang produk yang dihasilkan UKM dan informasi bagi UKM terkait kebutuhan masyarakat yang dibutuhkan. Pembuatan model paket wisata ini sebagai sebuah langkah untuk mengenalkan produk UKM pada masyarakat, harapannya akan terjadi komunikasi yang efektif dengan adanya teknologi antara UKM dengan masyarakat.

Kata kunci : Model, Teknologi Informasi, Paket Wisata, UKM, perekonomian

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Gambaran hasil yang disumbangkan pada negara yaitu output nasional (PDRB) hanya 56,7 persen dan dalam ekspor nonmigas hanya 15 persen, namun UKM memberi kontribusi sekitar 99 persen dalam jumlah badan usaha di Indonesia serta mempunyai andil 99,6 persen dalam penyerapan tenaga kerja (Kompas, 14/12/2001). Namun, dalam kenyataannya selama ini UKM kurang mendapatkan perhatian. Kesadaran akan pentingnya UKM dapat dikatakan barulah muncul belakangan ini saja.

Jumlah UKM mengalami penambahan setiap tahunnya (tabel 4 BPPS), pengaruhnya pada penyerapan tenaga kerja. Dampak yang lebih luas lagi pada perbaikan perekonomian masyarakat Indonesia.

Tabel 4
Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja UKM dan UB
2006-2007

Uraian	2006*		2007**	
	UKM	UB	UKM	UB
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Unit usaha (unit)	48 779 151	4 398	49 840 489	4 527
2. Tenaga kerja (orang)	89 547 762	2 445 595	91 752 318	2 520 707

* Angka sementara

** Angka sangat sementara

Gambar 1. Jumlah Unit Usaha dan tenaga Kerja UKM dan UB

Tipe UKM yang ada di Yogyakarta hampir 90% (*incubis.org*, 2009) merupakan UKM yang mengembangkan seni budaya Yogyakarta seperti batik, gerabah, wayang, *handycraft*, topeng dan masih banyak lagi. Hasil dari UKM belum sepenuhnya dapat dinikmati oleh masyarakat, khususnya di Yogyakarta dan umumnya di Indonesia. Hasil-hasil UKM lebih banyak dinikmati oleh bangsa lain, karena produk UKM kebanyakan diekspor ke Luar Negeri.

Penggunaan teknologi informasi (TI) untuk membantu menjalankan proses bisnis UKM hanya dilakukan oleh beberapa UKM saja. Alasan yang paling mendasar belum digunakan TI antara lain karena TI belum menjadi sebuah kebutuhan bagi UKM, menjalankan proses bisnis UKM masih dilakukan secara manual, seperti konsumen yang ingin melakukan transaksi langsung datang ke UKM untuk memilih dan membayar produk, kemudian UKM akan memproduksi barang sesuai jumlah pesanan. Keluar masuk uang belum dicatat secara rutin dan belum mengikuti manajemen keuangan terpisah antara keuangan keluarga dan usaha.

Produk-produk UKM perlu dikenalkan kepada masyarakat sebagai upaya untuk melestarikan budaya di Yogyakarta. Salah satu usaha yang dilakukan dengan mengenalkan produk UKM pada sekolah-sekolah seperti SD, SMP, dan SMK sebagai sebuah komunitas yang berpendidikan dan mempunyai karakter yang mempunyai keinginan yang besar terhadap hasil sebuah produk. Selain itu juga pada masyarakat umum atau turis manca negara yang ingin mengenal lebih jauh tentang produk UKM yang mempunyai nilai seni dan budayanya. Promosi produk UKM yang sudah dilakukan antara lain melalui brosur, pameran, sebar katu nama dan beberapa UKM besar menggunakan fasilitas web.

Perkembangan TI yang semakin maju dan pemanfaatan teknologi *handphone* oleh semua orang maka bentuk promosi UKM sangat mungkin dilakukan dengan menggunakan *handphone*. Tahapan yang dilakukan untuk mengenalkan UKM sebagai bentuk pelestarian budaya negari dan meningkatkan perekonomian masyarakat yaitu *pertama* dengan membuat paket-paket wisata dalam rangka mengenalkan produk UKM dan proses pembuatan produk tersebut. *Kedua* membuat jaringan dengan biro-biro perjalanan dan catering *ketiga* membuat jalinan proses bisnis jual beli produk UKM dengan konsumen atau distributor penyedia bahan.

Teknologi yang digunakan adalah *sms over gprs*, untuk mendapatkan informasi tentang UKM beserta paket-paket wisata yang ditawarkan pada UKM tersebut. Biro-biro perjalanan memberikan pelayanan berupa paket perjalanan wisata ke UKM. Konsumen dan distributor melakukan proses bisnis jual beli dengan UKM. UKM dalam pemanfaatan teknologi ini untuk paket-paket wisata UKM sangat memungkinkan untuk bekerja sama dengan biro perjalanan, sekolah-sekolah, catering-catering hingga pada memaksimalkan proses bisnisnya yaitu pada konsumen dan distributor.

Tahapan yang dilakukan pada pembuatan model wisata UKM antara lain [1] melakukan survei langsung ke UKM, sekolah-sekolah, biro perjalanan, kuliner dan masyarakat pada umumnya, [2] membuat model wisata UKM yang sesuai dengan kebutuhan UKM dan calon wisata, dalam hal ini adalah sekolah-sekolah dan komponen lain yang terkait dengan wisata yaitu biro wisata dan konsumsi.

Manfaat dari dibuatnya paket wisata antara lain [1] mengenalkan produk-produk UKM pada calon konsumen dengan cara langsung melihat showroom dan tahapan pembuatan produk hingga konsumen melakukan workshop pembuatan produk, [2] sebagai alat promosi untuk meningkatkan penjualan, [3] melestarikan kebudayaan Yogyakarta.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan Ekonomi yang Berkelanjutan

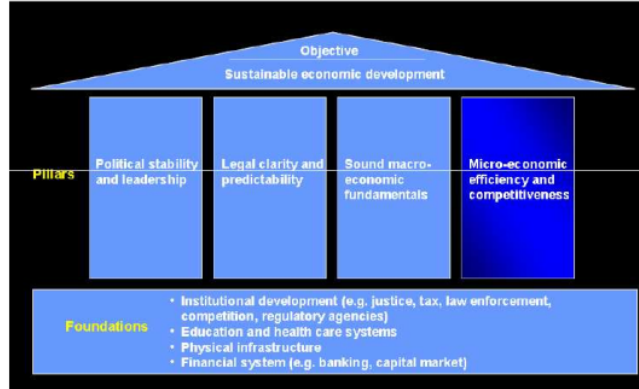
Membangun sebuah perekonomian yang berkelanjutan dibutuhkan empat pilar yaitu :

1. Stabilitas politik dan kepemimpinan
2. Kejelasan hokum dan kemungkinan yang bias diperkirakan
3. Landasan berdasarkan pada mikro ekonomi
4. Mikro ekonomi yang efisien dan mempunyai daya saing.

Keempat pilar ini dilandasi oleh beberapa hal yaitu :

- a. Pengembangan institusional seperti hokum, pajak, penegak hukum, aturan lembaga, kompetisi dan lain sebagainya
- b. Sistem pendidikan dan kesehatan
- c. Infrastruktur fisik
- d. Sistem keuangan (bank, pasar modal)

Kondisi saat ini pilar yang harus dikuatkan adalah pilar Mikro ekonomi, upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengefisienkan UKM dan mempunyai daya saing adalah dengan melakukan pembinaan, memberikan modal hingga membantu dalam pemasaran. (Gambar 1)



Gambar 1. Pengembangan Ekonomi yang Berkelanjutan

Usaha Kecil Menengah (UKM)

Definisi UKM ada beberapa antara lain menurut :

1. (UU No. 9 Tahun 1995)
Usaha Kecil adalah usaha yang memenuhi criteria sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 miliar;
 - c. Milik WNI
 - d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung, maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.
 - e. Terbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
2. Inpres No. 10/1999
Usaha Menengah adalah entitas usaha dengan asset bersih Rp. 200 juta - Rp. 10 miliar termasuk tanah dan bangunan
3. Keputusan Menpperindag (Kepmenpperindag) No.257/MPP/Kep/7/1997
Industri Kecil Menengah adalah usaha dengan nilai investasi maksimal Rp. 5 miliar termasuk tanah dan bangunan
4. BPS juga membagi jenis IKM berdasarkan besarnya jumlah pekerja, yaitu: (a) kerajinan rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja di bawah 3 orang termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar, (b) usaha kecil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 - 9 orang, (c) usaha menengah, sebanyak 20-99 orang.

Berbagai macam definisi ini berdampak pada sisi administrasi kelembagaan dan pembinaan terhadap UKM tersebut.

Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan sejumlah perangkat keras dan perangkat lunak yang mampu menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh user untuk pengambilan keputusan dan alat untuk melakukan komunikasi. Teknologi yang berkembang saat ini antara lain berbasis desktop, web dan mobile.

Model

Model merupakan gambaran dari sebuah bentuk nyata yang dapat dipakai sebagai prototype pada kondisi yang sebenarnya.

3. METODE PENELITIAN

Bahan atau Materi Penelitian

Bahan atau materi yang digunakan untuk pembuatan model wisata UKM ini berupa referensi, observasi dan wawancara ke UKM, sekolah-sekolah, biro perjalanan dan catering. Bahan-bahan ini digunakan sebagai analisis terhadap komponen-komponen model yang akan dibuat.

a. Proses Penelitian

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pembuatan model wisata UKM sebagai berikut :

1. Studi literatur mengenai UKM, perekonomian, sistem informasi dan komunikasi
2. Observasi dan wawancara ke UKM, sekolah, biro perjalanan, catering dan masyarakat untuk melihat permasalahan yang ada dan melihat proses bisnis yang berjalan di masing-masing tempat.
3. Melakukan analisis terhadap hasil studi literatur, observasi dan wawancara.
4. Membuat model wisata UKM sesuai dengan analisis data

b. Analisis Data

1. Permasalahan

Permasalahan-permasalahan yang ditemukan pada saat observasi dan wawancara.

a. UKM

- Tidak mempunyai informasi terhadap produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- Administrasi & pembukuan belum tertib
- Produk sejenis dari pesaing yg lebih bagus dan lebih murah.
- Tuntutan pasar: *Green & Clean product* (tuntutan pewarna alami & upah buruh di atas/melebihi UMR).
- Promosi yang dilakukan antara lain tukar kartu nama dan pameran.
- Pemasaran produk belum luas.
- Modal terbatas.

b. Sekolah-sekolah

- Belum mengetahui Informasi produk UKM
- Wisata tahunan siswa fokus pada rekreasi alam, ke sekolah dan bidang industri.
- Kurikulum terkait dengan mempelajari karya seni belum sebagai sebuah kebutuhan wajib.

c. Biro Perjalanan dan Catering

Permasalahannya adalah butuh jalinan komunikasi untuk kemitraan jasa dengan bagian-bagian yang membutuhkan biro perjalanan dan catering.

2. Penyelesaian

Penyelesaian untuk permasalahan yang dihadapi oleh UKM, sekolah-sekolah, biro perjalanan dan catering adalah :

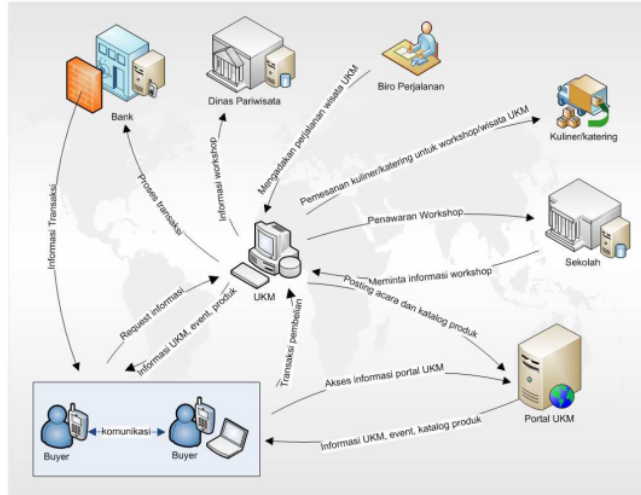
- Membuat jalur komunikasi yang mampu menghasilkan informasi terkait dengan dengan produk UKM dengan efektif dan efisien. Jalur komunikasi ini antara lain menjalankan promosi yang sudah ada seperti membuat leaflet, ikut pameran, tukar kartu nama.
- Melakukan promosi dengan menggunakan internet yaitu mempunyai website yang menampilkan barang-barang yang dibuat dan model transaksi lewat dunia maya.
- Mengundang sekolah-sekolah yang akan melakukan workshop pembuatan produk UKM. Workshop ini akan dibantu dengan biro perjalanan dan catering.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN.

Model teknologi informasi yang ditawarkan untuk meningkatkan penghasilan UKM adalah berupa jaringan dengan basis web dan mobile.

Komunikasi yang jalin sebagai berikut (gambar 2):

- a. UKM menawarkan paket wisata berupa workshop pembuatan produk bagi masyarakat melalui media web.
- b. Konsumen dalam hal ini sekolah-sekolah yang berminat dan ingin melakukan pemesanan dapat melakukan registrasi ke pihak UKM sebagai keanggotaan UKM.
- c. Sekolah-sekolah yang masuk dalam keanggotaan UKM dan tertarik untuk mengikuti paket wisata dapat memesan paket tersebut menggunakan teknologi mobile yaitu menggunakan teknologi sms over gprs, yaitu memanfaatkan teknologi sms untuk melakukan pemesanan paket.
- d. UKM yang sudah menerima pemesanan untuk mengikuti paket wisata, menghubungkan dengan biro perjalanan dan catering untuk memesan transportasi dan makanan.
- e. Sekolah yang memesan paket wisata akan membayar biaya paket wisata dengan melalui m-banking. Dalam hal ini UKM bekerjasama dengan bank yang ditunjuk.



Gambar 2. Model Paket wisata UKM

Sekolah yang sudah terdaftar menjadi anggota akan menerima informasi segala hal tentang UKM seperti katalog produk, kegiatan UKM dan lain sebagainya. Dengan adanya wisata UKM ini akan mengenalkan produk UKM pada masyarakat baik secara langsung (sebagai peserta wisata UKM) maupun tidak langsung (mendapat cerita dari peserta paket wisata UKM). Masyarakat yang mengetahui produk dari UKM dapat memberikan informasi pada UKM, produk yang dibutuhkan oleh masyarakat hingga desain sesuai dengan selera konsumen. Sehingga penghasilan UKM akan meningkat dan masyarakat akan sejahtera.

Tahap pengembangan e-commerce

Model yang dikembangkan untuk sistem e-commerce terdiri dari dua model, yaitu

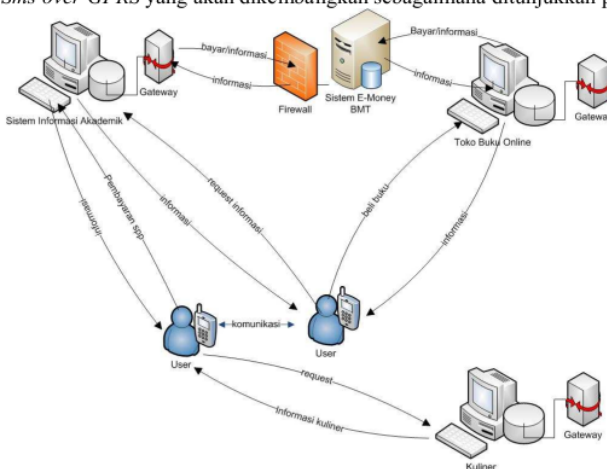
(a) Transaksi pembelian

Setiap pengguna selain dapat melihat katalog dari tiap UKM dan membelinya, juga dapat melakukan transaksi dengan mitra yang telah bergabung seperti melakukan pembelian buku di toko buku online. Pembayaran dilakukan melalui transfer (e-money).

(b) Akses informasi

Selain informasi ukm, pengguna juga dapat mengakses layanan yang disediakan oleh mitra seperti pada layanan informasi kuliner.

Sistem e-commerce Sms over GPRS yang akan dikembangkan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3: Blok Diagram sistem transaksi dan informasi

5. KESIMPULAN DAN SARAN

- a. Model teknologi informasi pada aplikasi paket wisata ini menggunakan teknologi yang sederhana dan teknologinya masih terjangkau, sehingga memungkinkan untuk diimplementasikan.
- b. Implementasinya paket wisata ini diperlukan observasi awal di lapangan terkait dengan kesiapan pengguna dalam hal ini UKM, sekolah, bank, biro perjalanan dan catering.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ananta Wijaya, Wahyu Pujiyono, Arif Rahman, 2008. *Aplikasi Mobile SMS Gateway Over GPRS (Studi kasus swalayan Madurejo Piyungan Yogyakarta)*, Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta,
- Cape - Step 3.1- *Evaluation of selected projects in the Eastern Cape and Western Cape*, 2008.
- Cape - Step 3.2- *Local and international benchmarking of ICT4D projects*, 2008.
- Deny Prasetyo, Wahyu Pujiyono, Arif Rahman, 2009, *Perancangan dan Implementasi Sekuriti pada Sistem E-Money (Infra Struktur Komunikasi Data) Menggunakan SMS over GPRS*, Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta
- DST, COFISA, *Using ICTs to Optimise Rural Development*, 2008
- Marisa, Sri Handayaningsih, Sri Winiarti, 2008., *Pengingat Otomatids (Automatic Reminder) Berbasis SMS untuk Nasabah Pada Perusahaan Pegadaian*,
- Noly Cristino, Sri Handayaningsih, Hasanuddin, 2008 *Sistem Informasi Cuti Karyawan Online Berbasis WAP (Studi Kasus PT. Pertamina UPMS II Palembang)*
- Ronni Ady Pradhana, Sri Handayaningsih, Dewi Soyusiawati, 2008, *Sistem Pemesanan Tiket Pertandingan Sepak Bola Berbasis SMS*
- Surahmanta Nugraha, Wahyu Pujiyono, Arif Rahman, 2008, *Perancangan dan Implementasi Gateway Sms over GPRS (General Packet Radio Service)*, Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta
- Tedi Febri Asmara, Wahyu Pujiyono, Arif Rahman, 2008, *Perancangan dan Implementasi Server SMS Gateway over GPRS*, Skripsi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta
- Wahyu Pujiyono, Arif Rahman, Ananta Wijaya, April 2009 *Aplikasi Mobile Sms Gateway Over Gprs Untuk Mengakses Sistem Informasi*, Jurnal Telkonnika, (Akan Terbit)

HASIL

CEK_Paket_Wisata_UKM_dalam_Rangka_Peningkatan_Ekon...

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Amikom

Student Paper

4%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On