

## I<sub>b</sub>M SMART E-COMMERCE UMKM REOG PONOROGO

Fauzan Masykur, Dyah Antarukmi, Erna Risfaula

Prodi Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email : fauzan@umpo.ac.id

### ABSTRAK

Ponorogo merupakan kota yang terkenal akan kebudayaan reog. UMKM handicraft reog di Kabupaten Ponorogo yang menjual beraneka ragam kerajinan reog khas Ponorogo yang masih menggunakan cara konvensional dalam memasarkan produknya. Hal tersebut menyebabkan produk dari para UMKM kurang dikenal di lingkup Nasional maupun Internasional. Hal ini juga berdampak pada omset penjualan handicraft reog yang bisa dikatakan dalam siklus penjualan musiman. Smart E-Commerce merupakan cara pemasaran secara online berbasis web. Dengan memanfaatkan Smart E-Commerce pemasaran yang dilakukan oleh para UMKM handicraft reog dapat lebih efektif dan efisien dengan didukung jejaring online yang menjangkau pemasaran secara global. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa produk teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan usaha kecil, baik dari sisi kepentingan pelaku usaha maupun pihak terkait dalam pemberdayaan usaha kecil, dalam bentuk portal Smart E-Commerce yang dikelola oleh instansi pemerintah dan pihak asosiasi usaha kecil di wilayah kota Ponorogo.

Kata Kunci : handicraft reog, pemasaran online, Smart E-Commerce, UMKM

### ABSTRACT

Ponorogo is known well as Reog City in Indonesian Tourism. There are some UMKM has produced Reog handicrafts in conventional way in marketing products. Reog handicrafts has depend on season tourism marketing only. Reog handicrafts should be reach global marketing by E-commerce. We introduce Smart E-Commerce for UMKM of Reog Handicrafts for marketing increasing by web online marketing. The result showed that information technology could use in Reog Handicrafts marketing by UMKM. Smart E-Commerce of Reog handicrafts is managed by Local Government and UMKM Association in Ponorogo City.

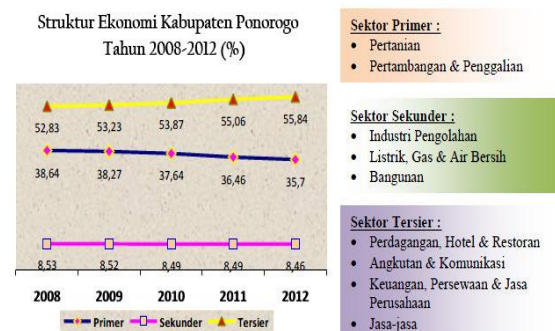
Keywords: Reog, Ponorogo, Handicraft, UMKM, E-Commerce

## LATAR BELAKANG

### 1. Analisis Situasi

Kabupaten Ponorogo mempunyai luas wilayah 1.371,78 km<sup>2</sup> dengan memiliki keanekaragaman budaya dan potensi perekonomian yang sangat baik. salah satu khas budaya disana adalah Reog Ponorogo yang terkenal sampai mancanegara. Pada musim-musim tertentu terjadi peningkatan kunjungan wisatawan yang ingin menyaksikan penampilan Reog Ponorogo. Kunjungan tersebut dimanfaatkan untuk menjual souvenir-souvenir khas berupa kerajinan Reog di Kota Ponorogo. Kegiatan wisata budaya tersebut sangat menunjang peningkatan ekonomi masyarakat. Hal ini menyebabkan

munculnya banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang tersebar di daerah Kota Ponorogo. Berikut merupakan Struktur Ekonomi Kabupaten Ponorogo :



Gambar 1. Struktur Ekonomi Kabupaten Ponorogo (Sumber : Pemda, 2012)

Berdasarkan data tersebut Struktur Ekonomi Kabupaten Ponorogo didominasi oleh sektor primer dan sektor tersier. Seiring dengan perkembangannya, peranan sektor tersier semakin meningkat hal ini mungkin dipengaruhi oleh kejenuhan peranan yang terjadi pada sektor primer. Asumsi ini diperkuat oleh data yang menunjukkan selama lima tahun terakhir, sektor primer menunjukkan kecenderungan semakin menurun, yaitu dari 38,64 persen pada tahun 2008 menurun menjadi 35,70 pada tahun 2012. Kecenderungan yang sama juga terjadi pada peranan sektor sekunder yang menurun dari 8,53 persen pada tahun 2008 menjadi 8,46 persen di tahun 2012. Sebaliknya peranan sektor tersier lima tahun terakhir semakin meningkat yaitu dari 52,83 persen pada tahun 2008 menjadi 55,84 persen pada tahun 2012.

Sektor tersier merupakan gabungan dari sektor perdagangan, hotel, restoran, sektor pengangkutan dan komunikasi, sektor keuangan, *real estate* dan jasa perusahaan serta sektor jasa-jasa. Bisnis sektor jasa yang semakin meningkat berfokus pada ide industri kreatif dengan memahami apa yang diinginkan konsumen dan bagaimana mengirimkannya dengan cepat dan efisien. Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. (Tim Kementerian Koperasi dan UKM, 2012)

Menurut Dinas Indakop Kabupaten Ponorogo, di daerah Ponorogo memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) sebanyak 200 UKM, 30% diantaranya bergerak dalam produksi kerajinan reog (*handicraft reog*). Reog merupakan salah satu kesenian budaya yang berasal dari Jawa Timur bagian barat - laut dan Ponorogo dianggap sebagai kota asal reog yang sebenarnya. Kota Ponorogo selain terkenal karena kesenian reog, jugaterkenal akan kerajinan khas reog Ponorogo.

Selama ini UMKM yang ada di Ponorogo hanya memasarkan hasil produknya secara konvensional. Selain itu juga hanya mengandalkan para wisatawan yang berkunjung ke Ponorogo saat ada kegiatan yang terkait dengan kesenian reog. Hal ini berdampak pada omset penjualan *handicraft reog* yang bisa dikatakan dalam siklus penjualan musiman. Adapun siklus penjualan *handicraft* terbagi dalam beberapa kondisi. Kondisi penjualan ramai terjadi pada bulan Muharram. Pada bulan Syawal kondisi penjualan berada di level menengah. Selain bulan – bulan tersebut pengrajin *handicraft* mengalami sepi pesanan, sehingga omset penjualan menurun drastis. Jika siklus penjualan tersebut tetap berlangsung, besar kemungkinan para UMKM *handicraft* gulung tikar. Hal ini juga dapat mengancam kelestarian kesenian reog. Para pelaku UMKM tersebut sangat menginginkan pemasarannya meluas ke daerah-daerahlain, tetapi karena terkendala dana untuk promosi maka keinginan tersebut belum dapat terwujud sampai saat ini.

Jika pemasaran produk dapat meluas maka akan dapat meningkatkan daya beli sehingga otomatis produksi meningkat dan hal ini akan membawa kesejahteraan masyarakat pelaku UMKM tersebut. Situasi UMKM – UMKM *handicraft reog* dan hasil produk di Kabupaten Ponorogo dapat dilihat pada gambar 2-4.



**Gambar 2. Papan nama salah satu UMKM *handicraft reog* Pak Sarju**



**Gambar 3. Situasi kerja produksi *handicraft* di UMKM *handicraft* reog Pak Sarju**



**Gambar 4. Hasil produksi di UMKM *handicraft* reog Pak Sarju**

Jika dihubungkan dengan perkembangan ICT (*information and technology communication*) sekarang ini, bisa dilihat bahwa banyak pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo yang belum memanfaatkan dukungan ICT dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan kondisi dan situasi yang dialami para mitra maka perlu dilakukan pembenahan dari sektor pemasaran dengan memanfaatkan *Smart E-Commerce*. Teknologi ini bertujuan agar proses pemasaran tidak terbatas ruang dan waktu, selain itu *Smart E-Commerce* dapat mengubah siklus penjualan kerajinan reog. Perkembangan UMKM dapat diarahkan agar menjadi pelaku ekonomi yang berbasis ipteks. Pengembangan UMKM ini dilakukan melalui peningkatan kompetensi perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

## 2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi tersebut muncul permasalahan-permasalahan di UMKM *handicraft* reog yaitu:

1. Pelaku UMKM yang ada di Ponorogo hanya memasarkan hasil produknya secara konvensional, selain itu juga hanya mengandalkan para wisatawan yang berkunjung ke Ponorogo saat ada kegiatan yang terkait dengan kesenian reog. Hal ini berdampak pada omset penjualan *handicraft* reog yang bisa dikatakan dalam siklus penjualan musiman.
2. Kesulitan dalam mempromosikan produk-produk UMKM karena membutuhkan biaya yang cukup besar.
3. Kesulitan dalam mendapatkan modal usaha untuk pengembangan UMKM.

Permasalahan dalam pemasaran secara tradisional yang dilakukan para mitra *handicraft* reog perlu mendapatkan skala prioritas khususnya dalam hal promosi, karena masalah ini merupakan masalah pokok yang menentukan keberlangsungan dan perkembangan UMKM *handicraft* reog, serta kelestarian kebudayaan reog.

## TARGET DAN LUARAN

### 1. Target

Guna memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan promosi, pemasaran dan penjualan produk – produk di UMKM-UMKM *handicraft* reog di Kabupaten Ponorogo maka target luaran dari I<sub>0</sub>M adalah membuat sistem aplikasi *SmartE-Commerce* yang digunakan oleh pelaku UMKM-UMKM dan pembeli/*buyer* produk dalam melakukan jual beli. Sistem *Smart E-Commerce* ini dibangun berbasis *web*. Pembeli dapat melihat produk-produk yang ditawarkan di setiap UMKM dan dapat melakukan transaksi pembelian melalui sistem tersebut. Dengan adanya sistem *Smart E-Commerce web* ini pembeli dapat lebih mengefisienkan waktu dalam mencari produk-produk yang ditawarkan di setiap UMKM-UMKM dan melakukan transaksi jual beli, karena cukup membuka sistem aplikasi ini maka seluruh UMKM-UMKM *handicraft*

reog di Kabupaten Ponorogo akan dapat diakses.

## 2. Luaran

Luaran yang diharapkan pada program ini :

- Para mitra UMKM *handicraft* reog dapat memanfaatkan *Smart E-Commerce* sebagai media pemasaran.
- Meningkatkan penghasilan para mitra UMKM *handicraft* reog yang ada di Ponorogo.
- Kerajinan reog yang ada di Ponorogo dapat terkenal di Nasional maupun Internasional.
- Mampu menjangkau berbagai konsumen dalam suatu lingkungan yang belum terjangkau oleh pesaing

Selain itu luaran yang dihasilkannya itu publikasi hasil Ipteks bagi Masyarakat yang akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah skala nasional.

## METODE PELAKSANAAN

### 1. Prosedur Kerja

Metode pelaksanaan kegiatan untuk mencari solusi dari permasalahan pemasaran di UMKM *handicraft* reog yang ada di Kabupaten Ponorogo dilakukan dengan prosedur kerja yang mendukung realisasi pembuatan sistem ini. Prosedur kerja dapat dilihat di Gambar 5.

### 2. Survei Lokasi

Survei lokasi UMKM untuk mendata produk yang akan dipasarkan. Pendataan ini meliputi jenis produk, harga produk, foto-foto produk, Alamat UMKM, nomor HP/ telepon yang bisa dihubungi.

### 3. Perumusan Masalah

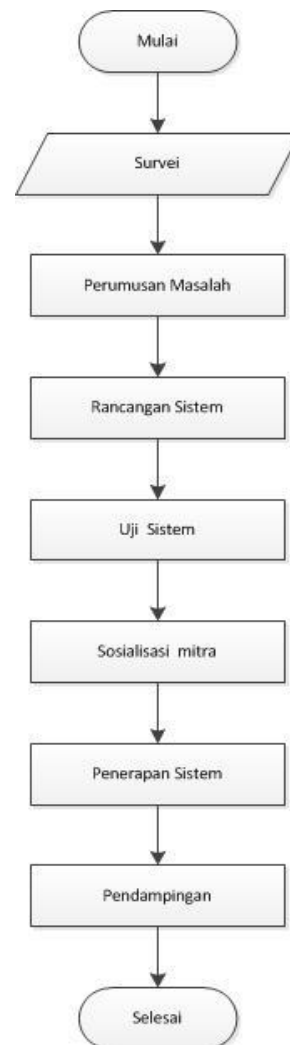
Setelah mendapatkan data dari setiap UMKM, kemudian merumuskan masalah yang didapat dari keluhan setiap UMKM. Keluhan – keluhan tersebut antara lain :

- Pemasaran dilakukan musiman.
- Daerah pemasaran dilakukan hanya di daerah lokal.
- Produk kurang di kenal lebih luas.

### 4. Rancangan Sistem

Mendesain sebuah *website* yang berisi profil mitra usaha oleh - oleh khas Ponorogo dan produk yang dihasilkan sekaligus

mendesain *Smart E-Commerce* di dalam *website*.



Gambar 5. Prosedur kerja *Smart E-Commerce*

### 5. Uji Sistem

Sistem yang telah dibuat diuji untuk kelayakan dalam memasarkan produk setiap UMKM *handicraft* reog yang ada di Kabupaten Ponorogo.

### 6. Sosialisasi Mitra

Sosialisasi mengenai pentingnya sebuah pemasaran hasil kerajinan, pencitraan dan menjaga eksistensi kesenian reog Ponorogo. Kemudian melakukan pelatihan terencana, terstruktur dan berkesinambungan kepada para mitra tentang cara penggunaan dan pemanfaatan *Smart E-Commerce*.

## 7. Penerapan Sistem

Tujuan Utama dari program IbM yang dikerjakan adalah memberikan sarana pemasaran kepada UMKM *handicraft* reog dengan menggunakan suatu portal *web* dan diakses melalui internet. *Web* ini yang nantinya akan memberikan sarana pemasaran yang tidak terbatas ruang dan waktu. Di dalam produk yang muncul di portal *web* nantinya ada kolom untuk menampilkan alamat dan *contact person* pemilik UMKM *handicraft* reog.

Dalam portal ini terdapat dua model transaksi. Pertama, pembeli dapat langsung berinteraksi dengan pemilik UMKM *handicraft* reog dengan cara bertemu langsung ataupun dengan menghubungi *contact person* pemilik UMKM *handicraft* reog. Pada model transaksi ini bisa saja terjadi proses nego hingga muncul suatu kesepakatan harga. Model transaksi yang kedua adalah menggunakan fasilitas rekening mitra (*retra*). Pada model transaksi ini pembeli dapat langsung memesan barang melalui fasilitas yang ada di portal *web*. Setelah itu pembeli dapat langsung transfer ke *retra* dengan nominal yang telah tertera pada portal *web*. Setelah pembeli melakukan transfer uang, barang akan langsung dikirim pemilik UMKM. Uang akan diberikan kepada pemilik UMKM apabila barang yang dipesan telah diterima oleh pembeli. Apabila pemilik UMKM tidak mengirimkan pesanan, maka uang akan dikembalikan kepada pembeli.

## 8. Pendampingan Mitra

Melakukan pendampingan pengoperasional *Smart E-Commerce* kepada mitra dan beberapa *stakeholder* lainnya. Selama proses pendampingan dengan konsep atau metode yang telah ditetapkan diharapkan para mitra mampu menggunakan sarana berbasis IT dalam melakukan strategi pemasaran. Setelah proses pendampingan dirasa cukup dengan memperhatikan hasil evaluasi dan melihat secara langsung penggunaan media *internet* dan *Smart E-Commerce*, maka proses pendampingan secara langsung dihentikan, namun demikian pendampingan secara tidak

langsung (pemantauan dan komunikasi) terus dibangun dan dilaksanakan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan menjaga keberlangsungan teknologi yang digunakan.

Kegiatan meliputi :

1. Kegiatan pada proses, yang meliputi observasi lapangan, observasi pasar untuk mencari bahan peralatan yang dibutuhkan, perencanaan alat, realisasi alat, uji laboratorium, pengecekan akurasi alat, uji coba alat dan aplikasi alat di lapangan.
2. Kegiatan pada penerapan, yang meliputi sosialisasi alat, pengarahan penggunaan dan pendampingan penggunaan oleh khalayak sasaran
3. Kegiatan Evaluasi, evaluasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil dampak dari penggunaan teknologi yang telah diterapkan sekaligus untuk mengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Survey Lokasi

Pada pelaksanaan kegiatan IbM ini melibatkan beberapa mitra sebagai *partner*. Dan yang terlibat sebagai mitra kali ini adalah 2 pihak yang bergerak dalam bidang usaha pengrajin peralatan reog khas Ponorogo, yaitu pengrajin Sarju dan Widi Koleksi. Kedua mitra tersebut merupakan UMKM yang sudah lama menjadi pengrajin reog Ponorogo namun memiliki beberapa permasalahan dalam hal penjualan dan promosi dalam meningkatkan omzet penjualan. Dari survey yang telah dilaksanakan ditemukan beberapa permasalahan yakni :

- a. Pelaku UMKM yang ada di Ponorogo hanya memasarkan hasil produknya secara tradisional, selain itu juga hanya mengandalkan para wisatawan yang berkunjung ke Ponorogo saat ada kegiatan yang terkait dengan kesenian reog. Hal ini berdampak pada omset penjualan *handicraft* reog yang bisa dikatakan dalam siklus penjualan musiman.

- b. Kesulitan dalam mempromosikan produk-produk UMKM karena membutuhkan biaya yang cukup besar.
- c. Kesulitan dalam mendapatkan modal usaha untuk pengembangan UMKM.

Pada gambar di bawah ini ditunjukkan saat proses survey ke lokasi mitra baik itu di mitra sarju maupun di mitra widi koleksi.



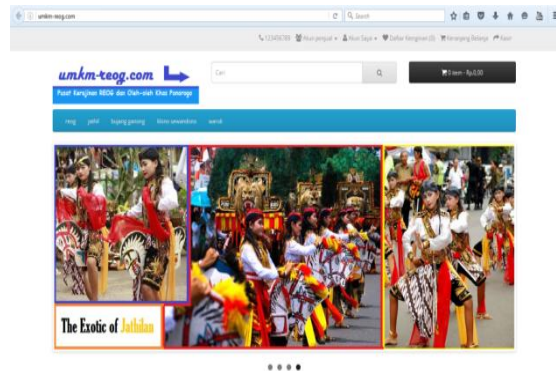
Gambar 6. Survey di Mitra Widi Koleksi

## 2. Desain Sistem Smart E-Commerce

Kegiatan pengabdian kali ini, difokuskan pada UMKM *handcraft* reog Ponorogo. Pelaksanaan dimulai dari peninjauan tim ke lokasi mitra untuk mengetahui kondisi serta kebutuhan transfer teknologi kepada para mitra UMKM *handcraft* reog Ponorogo, dari hasil kunjungan dicapai kesepakatan bahwa perlu dilakukan pembuatan system aplikasi *Smart E-Commerce* yang mampu mempromosikan dan memasarkan produk UMKM *handcraft* reog yang mengarah pada pemanfaatan teknologi informasi.

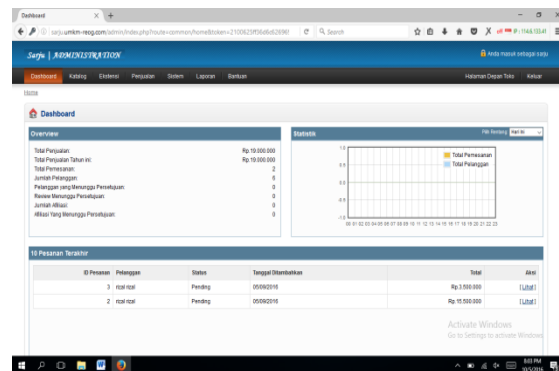
Pada tahap selanjutnya adalah pembuatan dan perancangan sistem *Smart E-Commerce* berdasarkan dari hasil yang diperoleh dari proses diskusi, observasi, penggalian data dengan mitra UMKM *handcraft* reog. Pembuatan system *Smart E-Commerce* ini berbasis *website* yang berisi profil mitra usaha oleh - oleh khas Ponorogo dan produk yang dihasilkan, sekaligus mendesain *Smart E-Commerce* di dalam *website*. Guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan untuk meningkatkan promosi, pemasaran dan penjualan produk-produk di UMKM *handicraft* reog di Kabupaten Ponorogo. Berikut adalah tampilan

dari *design website Smart E-Commerce* pada gambar 7.



Gambar 7. Design website Smart E-Commerce

Pada *Smart E-commerce* juga disediakan halaman untuk admin yang berisi laporan penjualan dan juga para *member*. Pada gambar 8 dibawah ini ditunjukkan halaman admin.



Gambar 8. Halaman Admin Smart E-Commerce

Elitisasi dari hasil wawancara pada proses pengujian sistem menghasilkan beberapa pernyataan yang telah sesuai dengan keinginan pengguna akhir, secara tidak langsung diperoleh rekomendasi untuk menyempurnakan sistem agar lebih optimal, seperti ditunjukkan pada Tabel 1. Berdasarkan data yang ditunjukkan Tabel 1 diperoleh rekomendasi untuk elitisasi sistem, pada proses *mandatory* (bersifat perintah) bahwa sistem telah sesuai dengan keinginan utama yang dibutuhkan, tetapi dari sudut pandang *desirable of person* terdapat aktivitas data

raster pasien yang seharusnya dijadikan prioritas utama sebagai perintah (*mandatory*).

**Tabel 1. Elitisasi Perangkat Lunak**

No	Uraian	Mandat-ory	Desir-able	Nessent-ial
1	Desain web menarik	v		
2	Perangkat berbasis web yang mudah digunakan	v		
3	Dapat dengan mudah melakukan proses penjualan	v		
4	Akses web cepat		v	
5	Database dapat menyimpan dan menyajikan secara cepat	v		
6	Tidak membutuhkan perangkat khusus	v		
7	Data dapat diakses dikendalikan dari manapun	v		

### 3. Pendampingan Mitra

Proses akhir dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan judul IbM Smart E-Commerce UMKM ini adalah proses pendampingan mitra selama kegiatan berlangsung, proses ini sangat diperlukan karena mitra tidak serta merta mengerti dan memahami proses kerja dari sistem yang telah dibuat tim pelaksana. Pada gambar 8 dibawah ini ditunjukkan proses pendampingan mitra di pengrajin Sarju.



**Gambar 9. Proses Pendampingan Mitra Pengrajin Sarju**

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Dari seluruh kegiatan pembuatan *Smart E-Commerce* pada UMKM *handcraft* reog Ponorogo, dapat disimpulkan sistem aplikasi *Smart E-Commerce* dapat mempromosikan produk UMKM *handcraft* reog dan meningkatkan produktifitas produksi UMKM *handcraft* reog Ponorogo.

### 2. Saran

Saran selanjutnya, agar Sistem *E-commerce* diharapkan adanya update dropbox untuk mencegah penipuan pemesanan produk UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang ingin kami berikan yakni kepada Kemensristek Dikti yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan ini melalui skim Ipteks Bagi Masyarakat. Ucapan terima kasih kepada kedua mitra yang telah bersedia menjadi mitra untuk lancarnya proses pelaksanaan kegiatan ini. Terakhir ucapan terima kasih kami ucapakan pada pihak-pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan IbM Smart E-Ecommerce UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- DP2M Dikti (2013).*Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Edisi IX 2013*. Jakarta: Ditjen Dikti Depdiknas.
- Davis B Gordon &Margaretha,(1985).*Management Informations System*, MC.GrawHill, Singapore
- Eka Nurdianto, "Struktur Ekonomi dan Proyeksi Penyerapan Tenaga Kerja Sektor di Indonesia Tahun 2011-2012".
- El-Gohary,Hatem.(2010).*E-Marketing-Aliterature Review from a Small Businesses Perspective*.Vol.1, No.1, pp214-244. United States of America: International Journal of BusinessandSocial Science.
- Harinato Kristato, (1994). *Konsep dan Perancangan Data Base*, Andi Yogyakarta,
- Jusuf Harsono, (2009). *Pedoman penyusunan perangkat reog Ponorogo*, LPPM

Universitas Muhammadiyah Ponorogo,  
Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2007).  
*Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid  
1. Jakarta : Indeks.  
Leman, (1998). *Metodologi Pengembangan*  
*Sistem Informasi*, Elek Media Komputindo,

Jakarta.  
Leod MC, Raymond, (1995). *Sistem Informasi*  
*Manajemen*. Alih Bahasa Agung dan Hardi  
Sukardi. PT. Bina Ilmu Populer, Jakarta.  
Yogiyanto HM, (1995). *Analisis dan Desain*  
*Sistem Informasi*. Andi Offset, Yogyakarta.