

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. TUJUAN TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dimaksudkan untuk menghindari duplikasi penelitian, menyesuaikan sistem yang sudah pernah dibuat dengan karakteristik objek yang menjadi permasalahan pada penelitian ini dan mencermati metodologi penelitian apa yang cocok untuk evaluasi efektifitas penyelesaian masalah terhadap permasalahan yang ada pada tulisan ini.

2.2. PENELITIAN YANG BERKAITAN

Pengembangan website jenis direktori maupun promosi dari UMKM banyak di buat dalam bentuk *E-Commerce*, fungsionalitas website yang dibangun untuk desktop PC maupun *mobile* adalah mirip. Perbedaan yang mendasar adalah dari segi antar muka, dimana website yang diperuntukkan untuk peralatan mobile mempunyai karakteristik yang lebih sederhana daripada yang akan di tampilkan di PC/laptop. Dibawah ini adalah daftar penelitian sebelumnya tentang UMKM, yang semuanya berbasis elektronik, namun mempunyai fungsionalitas yang mirip.

Table 2.1. Daftar Penelitian tentang UMKM

No	Nama	Judul	Teknologi yang di bahas / digunakan	Metode penelitian yang digunakan	Kesimpulan
1	Ummi Azizah Rachmawati, Aan Kardiana	<i>Pemanfaatan E-Commerce sebagai Strategi Peningkatan Pasar untuk pemberdayaan kelompok Usaha kecil Menengah</i>	E-Commerce.		e-commerce Masih belum dimanfaatkan dengan baik

2	Sinta Tridian Galih, Mustafid, Aris Sugiharto.	<i>Rancang Bangun Portal E-Commerce Semarang-Handycraft Berorientasi Obyek</i>	Portal e-commerce	Model Driven Development (MDD)	Sistem mempunyai fasilitas untuk menyimpan data member dan data admin yang dilengkapi dengan username dan password untuk keamanan sistem, dapat digunakan untuk memutakhirkan data yang ada di pihak member dan di pihak admin serta dapat memberikan informasi mengenai status order barang kepada member
3	Sarwono 2011	<i>Sistem Informasi Data Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Koperasi Kabupaten Purbalingga</i>	MySQL dan XAMMP	-	Sistem dapat meminimalisir pengeluaran dalam pendataan UMKM yang tadinya dari masing-masing bidang melakukan pendataan sendiri-sendiri, namun kini pendataan dapat dilakukan hanya sekali dan hasil data dapat memberikan informasi ke semua bidang.
4	Vidi Arini Yulimar 2006	<i>Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Pengadopsian electronic commerce dan Pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan (studi</i>	-	<i>Structural Equation Modeling (SEM).</i>	Penelitian ini mendukung penelitian Seyal dan Rahman(2003) yaitu bahwa kompatibilitas mempunyai pengaruh positif

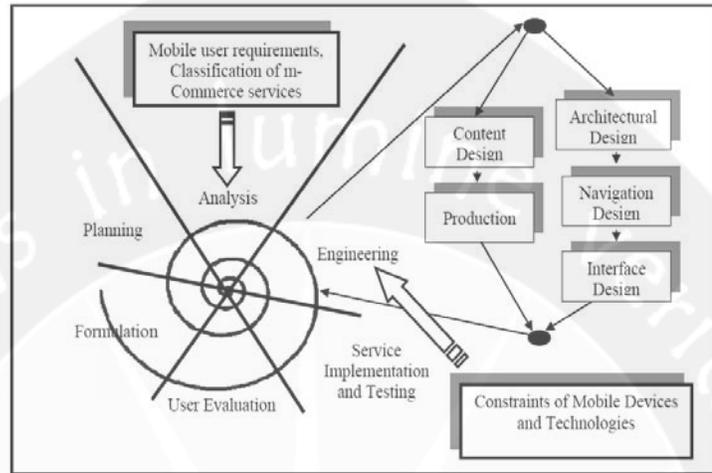
		<i>pada perusahaan kecil dan menengah di Indonesia)</i>			signifikan terhadap pengadopsian <i>Ecommerce</i> .
5	Suselo Thomas, Suyoto, Dwiandiyanta B. Yudi	<i>Analysis and Design Business Directory for Micro, Small and Medium Enterprises using Google Maps API and Multimedia</i>	Google map	<i>Geocoding</i>	Metodologi untuk perisapan prototype direktory UMKM perlu dilakukan secara <i>step by step</i> .
6	Penelitian baru yang akan dibuat tentang penggunaan mobile web untuk alat input ke direktori UMKM kota Yogyakarta dan searching oleh pengguna umum.	<i>Pengembangan Direktori Produk UMKM dengan Teknologi Informasi berbasis Mobile</i> <i>Studi Kasus : Kategori Kerajinan Batik Lukis Kotamadya Yogyakarta</i>	Mobile web	<i>Software development</i>	-

2.3. PENGEMBANGAN DIREKTORI

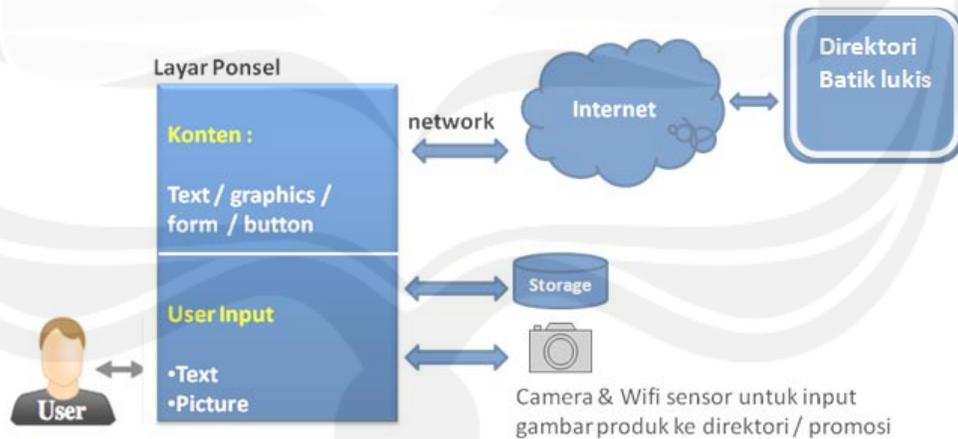
Menurut Andreou (2003) kemampuan yang seharusnya dimiliki direktori: ketersediaan yang cukup tinggi, waktu akses yang cepat, waktu respon yang cepat, *localization* (informasi dan layanan lokal), *personalization* (informasi disesuaikan dengan pengguna apabila informasinya sangat beragam), *Rules Filtering* (dalam searching), *Security*.

Proses *engineering* pada ponsel berbeda dengan PC dikarenakan beberapa keterbatasan yang dipunyai (Gambar 2.1.). Kekangan tersebut antara lain (Andreou, 2002): layar, keypad, tenaga baterai, memori, kapasitas, resolusi yang kecil, user interface yang tidak seperti biasanya, keterbatasan grafis, mekanisme input yang

kompleks, pengamaman terbatas, bandwidth yang juga terbatas, dan koneksi yang kurang stabil. Ketika website direktori sudah jadi, maka dapat diakses melalui layar ponsel (Gambar 2.2.).



Gambar 2.1. Modifikasi Evolusi Perangkat Lunak untuk Aplikasi dan Jasa M-Commerce



Gambar 2.2. Akses ke Direktori dari Ponsel Diadopsi dari Development Platform .(sumber: <http://www.w3.org/2011/02/mobileweb-app-state.html>)

2.4. USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah :

(1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang sedang mendapatkan dukungan penuh dari Pemerintah Republik Indonesia ini, karena diyakini dapat memperluas lapangan kerja dan menciptakan pemerataan

ekonomi, kemudian pada jangka yang panjang dapat menumbuhkan ekonomi Indonesia. Hal ini tercermin dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah: “*Bahwa pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan*”. Keyakinan yang berbuah kenyataan, dari data perkembangan UMKM dan usaha besar Departemen Koperasi dan dan Usaha kecil dan Menengah tahun 2010, menunjukkan dominasi jumlah UMKM terhadap jumlah pengusaha besar, yaitu 99,99%, dengan pangsa pasar juga mendominasi yaitu 99,99%. Dominasi tersebut lebih lanjut menjadi sumbangan *Product Domestic Bruto* yaitu sebesar 57,12%.

Pemerintah Republik Indonesia menindaklanjuti pertumbuhan UMKM dengan membuka luas jaringan kemitraan agar dapat mendorong UMKM terus berkembang. Hal ini diatur sedemikian rupa dalam Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 02/Per/M.KUKM/I/20082007 Tentang Pedoman Pemberdayaan *Business Development Services-Provider* (BDS-P) untuk Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (KUMKM): “*Business Development Services/Layanan Pengembangan Bisnis (BDS/LPB) adalah kegiatan pemberian*

layanan (jasa) pengembangan bisnis, untuk meningkatkan kinerja KUMKM. Lembaga BDS-P dalam bentuk antara lain:; a. Perorangan oleh tenaga ahli / tenaga konsultan / tenaga pendamping UMKM secara perseorangan dalam wadah BDS-P; b. Yayasan, perseroan terbatas, koperasi, perguruan tinggi dan organisasi kemasyarakatan". Tenaga ahli dari berbagai bidang ilmu pengetahuan, yang dapat ikut mengembangkan UMKM di bidang teknologi adalah yang mampu untuk mengembangkan teknologi produksi, desain produk, dan sistem informasi produk. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM membuka diri untuk pihak – pihak untuk perancangan perangkat lunak guna memasuki aspek pemasaran produk UMKM.

Setiap produk memerlukan pemasaran untuk meningkatkan penjualannya. Tujuan Pemasaran produk UMKM dalam UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 Pasal 14 nomor (1) dijelaskan sebagai berikut: "*Aspek promosi dagang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf g, ditujukan untuk: meningkatkan promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri*". Namun, aspek promosi banyak disebut sebagai aspek yang masih belum digarap dengan baik, terutama untuk promosi ke luar negeri seperti yang terungkap dalam Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 tahun 1 (2006, hal.111): "*.....kemampuan produk UKM untuk dapat bersaing di pasar global masih rendah, karena 5 faktor, salah satunya adalah aksesibilitas terhadap sumberdaya produktif adalah pembiayaan dan pemasaran, jaringan bisnis, dan teknologi*". Hal ini sesuai dengan data Departemen Koperasi dan dan Usaha kecil dan Menengah tahun 2010 yang menunjukkan bahwa total ekspor dari UMKM adalah 15,81% dari total ekspor Indonesia.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Yogyakarta

Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta yang cukup besar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat sehingga perlu untuk didorong dan dikembangkan agar menjadi pelaku ekonomi yang tangguh dan berdaya saing. Tidak dapat dipungkiri bahwa sampai saat ini kondisi UMKM di Kota Yogyakarta masih lemah dalam berbagai aspek usaha diantaranya pada aspek permodalan baik dalam hal kemampuan penyediaan modal maupun dalam pengelolaannya.

Ada 3 grup yang mengategorikan data UMKM di Yogyakarta, yaitu dari segi Klasifikasi Industri, Cabang Industri dan Wilayah Kecamatan. Dari segi Klasifikasi Industri adalah: Mikro, Kecil, Menengah, dari segi Cabang Industri dibagi menjadi 5 kategori: kerajinan dan umum, kimia dan bahan bangunan, logam dan elektronika, pengelolaan pangan, sandang dan kulit. Sementara itu dari segi wilayah kecamatan: Kec. Danurejan, Kec.Gedongtengen, Kec.Gondokusuman, Kec.Gondomanan, Kec.Jetis, Kec.Kotagede, Kec.Kraton, Kec.Mantriirejan, Kec.Mergangsan, Kec Ngampilan, Kec. Pakualaman, Kec.Tegalrejo, Kec.Umbulharjo, Kec.Wirobrajan.

Tabel 2.2.: Jumlah Rekaman Data UMKM dari <http://umkm.jogjakota.go.id/direktori/>, diambil Tanggal 20 September 2012

No	Cabang Industri	Jumlah	Rekaman
----	-----------------	--------	---------

		Data
1	kerajinan dan umum	1109
2	kimia dan bahan bangunan	137
3	logam dan elektronika	297
4	pengelolaan pangan	2502
5	sandang dan kulit	549

Untuk kerajinan Batik Lukis seperti yang ada di studi kasus, terdapat 49 produsen yang terdata di direktori kotamadya yogyakarta, yang mana sebagian besar didominasi oleh produsen dari kecamatan Kraton.

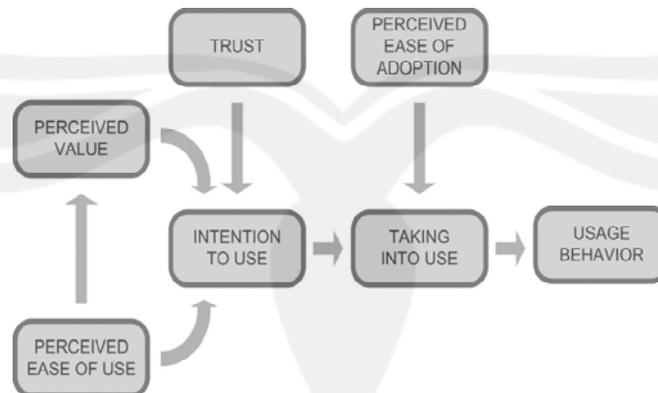
2.5. TEKNOLOGI MOBILE

Pengertian tentang teknologi mobile akan memberikan poin – poin masukan pada tahap perencanaan perangkat lunak. Teknologi mobile diimplementasikan dalam bentuk aplikasi (game, note, handwriting, dll), web online, m-commerce, m-advertising (Suzanne, 2009), m-marketing(Tiwari, et al., 2008), bisa juga m-bisnis (Sharma, et al., 2011).

Kemunculan aplikasi mobile tertentu didayagunakan untuk mengatasi beberapa masalah misalkan dalam hal pelayanan. Semakin banyak rasa frustrasi yang timbul pada pelayanan dalam bentuk tradisional (contoh:harus mengantri), maka semakin tinggi probabilitas aplikasi misalkan aplikasi *m-commerce* yang menyederhanakan proses itu akan diterima oleh masyarakat (Stjepan Udovicic, 2006, p.83). dalam pengoperasiannya, maka perlu diperhatikan faktor *Ambiquity* : user dapat mengakses dimana saja secara continyu, *Flexibility* : user dapat

mengoperasikan dengan mudah, *Pesonalization*: mengikuti selera yang punya perangkat mobile, *Localization* : user mendapatkan informasi tentang lingkungan sekitarnya. (A.S. Andreou, et al, 2002). *Acessibility* yang populer di kalangan user adalah: Telepon layar sentuh, *Handheld readers*, Aplikasi iPhones, Jejaring sosial, *Gaming*, TV online. (Suzanne M.K., 2009, p 20-21). Namun yang perlu di waspadi adalah etika ketika sebuah konten dikirim untuk menyapa user, maka hal sensitif yang harus diperhatikan adalah user seharusnya tetap bebas memilih untuk menolak atau menerima pesan, user tetap berhak untuk mendapatkan komunikasi yang sesuai untuk mendapatkan kebutuhan lewat perangkat mobile (G.S. Mort., et al., 2007), dan yang terakhir yaitu user berhak untuk diperhatikan *privacy* dan kelompok umurnya (Yohanes A A M, et.al., 2011).

Ada 2 hal utama yang menjadi kualitas penting yang diperhatikan user dalam menerima teknologi mobile yaitu easy to use dan usefull (Serenko, A., et al, 2004), kemudian lebih jauh lagi agar mobile web dapat di gunakan dalam kehidupan sehari –hari maka melewati proses trust dan kemudahan adopsi.



Gambar 2.3: Pembentukan Kebiasaan Penggunaan Mobile Web oleh User (Kaasinen, 2005 & 2009)

Apabila perusahaan mempunyai produk yang ingin di promosikan kepada konsumen, maka biasanya perusahaan mengemas dalam bentuk Web-promo yang menarik konsumen, “*quick responses*“ *codes*, online video tentang perusahaan, membangun komunitas dengan chat boards tentang hobi, Permainan *online* tentang produk. (Suzanne M.K., 2009, p 20-21). Untuk memberikan yang terbaik dari kemasan diatas, maka perlu dukungan kehandalan tertentu yaitu *Wireless*, akses cepat, transaksi yang lebih mudah, informasi faktual (Hang Seng Tsai., et al, 2007), ditambah dengan Jaminan ketersediaan, Waktu respon yang cepat, *Localization*, *Personalization*, *Filtering (rules filtering)*, *Security* (Andreou A.S.,et al, 2002). Lebih dalam tentang security, pengamanan bisa menggunakan PIN pada GSM ponsel, kalau perlu pakai *smart card*.(Rajeev Kr.Sharma, et al, 2011), dan tentang kelemahan dan kelebihan security yang dimiliki oleh pengembang teknologi mobile maka konsumen tetap membutuhkan edukasi tentang sekuriti dari penyedia layanan (Stjepan Udovicic, 2006, p.84). Pengamanan dikembangkan, dengan cara menggunakan SSL encryption, dan penanganan protokol security untuk WAP, I-mode, LEAP (Rajeev Kr.Sharma, et al, 2011).

