UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGEMBANGAN WEBSITE PUBLIC E-MARKETPLACE PRODUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN TEMANGGUNG
EKO KUS PRASETYO, Dr. Ir. Rudy Hartanto, M.T. ;Selo, S.T., M.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Indonesia as a developing country in Asia, 60% of it's Gross Domestic Product supported by the products of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) need to aply the right strategy in the era of global competition. MSMEs which have been proved to survive the economic crisis in 1998 should be supported not only of the capital but also in the search for new markets. Application of information technology will facilitate MSMEs in expanding market share, both domestically and overseas markets with efficient. Temanggung, one district in the territory of Central Java province has more than ten thousand MSMEs registered in Disperindagkop and MSMEs. But according to data from Dishubkominfo, not more than 5% of MSMEs in Temanggung has skilled at the Information Communication Technology (ICT). From this fact, the role of local government is absolutely necessary. By using the method of literature review and interviews to stakeholders, this study aims to develop a public e-marketplace website MSMEs products in Temanggung. Prototyping model is selected as the method of system development with Content Management Software (CMS) as an application developer. Menu and features were adjusted according to the characteristics of MSMEs became the characteristic and value added system designed. The stages arranged in change management meant that implementation of the system to run smoothly. From the evaluation, e-marketplace that was developed get an average score of 141. This means that users support the implementation of the implementation of e-marketplace to support the realization of the transformation of the business, expand market share and improve the competitiveness of SMEs in the era of competition

Keywords: Micro, Small and Medium Enterprises, public electronic marketplace, Content Management Software, prototyping model.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGEMBANGAN WEBSITE PUBLIC E-MARKETPLACE PRODUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN TEMANGGUNG
EKO KUS PRASETYO, Dr. Ir. Rudy Hartanto, M.T. ;Selo, S.T., M.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Indonesia sebagai negara berkembang di kawasan Asia yang 60% Produk Domestik Brutonya ditopang oleh produk-produk dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu menerapkan strategi yang tepat dalam menghadapi era kompetisi global. UMKM yang telah terbukti dapat bertahan dari imbas krisis ekonomi pada tahun 1998 perlu didukung bukan hanya dari sisi permodalan tetapi juga dalam mencari pangsa pasar baru. Aplikasi teknologi informasi akan mempermudah UMKM dalam memperluas pangsa pasar, baik di dalam negeri maupun pasar luar negeri dengan efisien. Kabupaten Temanggung yang masuk dalam wilayah Provinsi Jawa Tengah memiliki lebih dari sepuluh ribu UMKM yang terdaftar di Disperindagkop dan UMKM. Namun menurut data dari Dinhubkominfo, tidak lebih dari 5% dari UMKM di Temanggung yang melek Teknologi Informasi dan Komunikasi dan memanfaatkannya sebagai sarana promosi produk. Dari kenyataan tersebut maka peran serta pemerintah daerah mutlak diperlukan. Dengan menggunakan metode studi literatur dan *interview* kepada *stakeholder*, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *website public e-marketplace* produk UMKM di Kabupaten Temanggung. *Prototyping model* dipilih sebagai metode pengembangan sistem dengan *Content Management Software* (CMS) sebagai aplikasi pengembang. Menu dan fitur-fitur yang ada disesuaikan dengan karakteristik UMKM menjadi ciri khas dan nilai lebih sistem yang dirancang. Tahapan yang disusun dalam manajemen perubahan dimaksudkan agar implementasi sistem dapat berjalan dengan lancar. Dari hasil evaluasi, *e-marketplace* yang dikembangkan mendapatkan skor rata-rata 141, termasuk kategori baik. Artinya calon pengguna mendukung dilaksanakannya implementasi *e-marketplace* untuk mendukung terwujudnya tranformasi bisnis, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di era kompetisi global.

Kata kunci: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, *public electronic marketplace*, Content Management Software, *prototyping model*