

LAPORAN AKHIR TAHUN
IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IbM)



**Judul: IbM Produk Kerajinan di Taman
Nasional Komodo**

Tahun ke- 1 dari rencana 1 Tahun

Ahmat Adil, M.Sc, NIDN : 0801127201 (Ketua)

Bambang Krismono T, M.Kom, NDN : 0824126701 (Anggota)

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
(STMIK) BUMIGORA MATARAM
JL. ISMAIL MARZUKI MATARAM NTB 83131
November, 2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul IbM : **IbM: Produk Kerajinan di Taman Nasional Komodo.**

Pelaksana

Ketua Tim Pengusul

- a. Nama Lengkap : Ahmat Adil, S.Kom, M.Sc
- b. NIDN : 0801127201
- c. Jabatan Fungsional / gol : Lektor / 3D
- d. Program Studi : Teknik Informatika
- e. No. HP : 085239885823
- f. Alamat Surel (e-mail) : Ahmat.adil@stmikbumigora.ac.id

Anggota Tim Pengusul

- a. Nama Lengkap : Ir. Bambang Krismono Triwijoyo, M.Kom
- b. NIDN : 0824126701
- c. Perguruan Tinggi : STMIK Bumigora Mataram

Institusi Mitra (1)

- a. Nama institusi Mitra : Komodo souvenir & Handicraf
- b. Alamat : Pulau Komodo, Manggarai Barat
- c. Penanggung jawab : Bidong Msaid

Institusi Mitra (2)

- a. Nama Mitra : Komodo handicraft
 - b. Alamat : Pulau Komodo, Manggarai Barat
 - c. Penanggung jawab : Husen
- : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Tahun Pelaksanaan

Biaya Tahun berjalan : Rp. 45.000.000

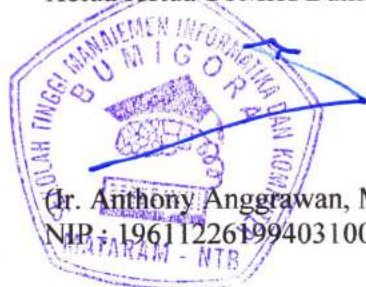
Biaya keseluruhan : Rp. 45.000.000

Mataram, 5 November 2016

Ketua Tim Pengusul

Mengetahui

Ketua Ketua STMIK Bumigora



(Dr. Anthony Anggrawan, M.T, Ph.D)

NIP : 196112261994031001

(Ahmat Adil, S.Kom, M.Sc)

NIDN : 0801127201

Menyetujui

Ketua-LPPM Bumigora mataram



(Ahmat Adil, S.Kom, M.Sc)

NIDN : 0801127201

Ringkasan

Kebanyakan penduduk di dalam dan sekitar Taman Nasional menjadikan penangkapan ikan sebagai sumber pendapatan utama (97%). Selebihnya adalah pedagang dan pegawai negeri. Di kecamatan Komodo hanya ada industry kecil dan rumah tangga, sedangkan industry. besar belum ada. Jumlah industry kecil dan industry rumah tangga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Semakin banyak industry kecil dan rumah tangga yang dibuka di kecamatan Komodo, semakin banyak tenaga kerja yang terserap. Menghadapi era liberalisasi perdagangan pada tahun 2010–2020, pembangunan industri di TNK terus dibenahi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil industri yang didukung kejelian menangkap perkembangan pasar, baik berskala nasional maupun internasional. Kebijakan terhadap pola keterkaitan yang kuat antara kegiatan di sektor industri dengan jaringan produksi dan distribusi yang berbasis pada keunggulan komparatif sumber daya alam dan sumber daya manusia perlu terus dikembangkan

Ekonomi digital adalah suatu hal yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital akan menjelaskan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi beberapa dekade yang akan datang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi perkembangan perekonomian di Indonesia.

Untuk menghadapi era ekonomi digital UMKM di Pulau Komodo perlu adanya pengembangan strategi pemasaran para pemilik UMKM. Salah satu strategi pemasaran tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk membatu UKM memasarkan produk. Alternatif – alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk pengembangan UMKM berbasis kerajinan di Pulau komodo adalah sebagai berikut: (1) Pemilik UMKM menerapkan *e-commerce* agar dapat menjadi *market leader*, (2) Pemilik UMKM memberikan *branding* agar muncul *brand image* terhadap produknya.

Aplikasi yang akan dirancang adalah sistem penjualan berbasis *web (ecommerce)* yang membantu kelompok UKM agar mencapai penjualan yang maksimal dengan penjualan elektronik. Penelitian ini memiliki ruang lingkup: 1). Informasi produk dan pemesanan berbasis *web*. Konsumen dapat melihat produk dan memesan sesuai kriteria yang diinginkan. Hal ini mempermudah pelanggan untuk mengetahui informasi produk dan memudahkan dalam pemesanan. 2). Sistem manajemen data product. Sistem manajemen data product yang disimpan pada *database* melalui operasi *insert*, *update*, *delete*, dan *view data* yang ditampilkan melalui *website*. Dengan adanya web site system penjualan online maka anggota kelompok yang bergabung kedalam UKM komodo souvenir dapat memanfaatkan system penjualan dengan mendaftarkan diri serta aktif untuk mengupload produk komodo souvenir ke website <http://komodo-souvenir.com>.

PRAKATA

Puji syukur penulis Panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, atas terselesaikannya penulisan laporan Akhir pengabdian kepada masyarakat “IbM Produk Kerajinan di Taman Nasional Komodo”. Sesuai dengan target yang telah dibuat pada saat proposal, bahwa Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 1 tahun. Sampai dengan saat ini tim pelaksana telah menyelesaikan beberapa kewajiban dalam pelaksanaan pengabdian ini antara lain membuat system penjualan online melalui web site <http://komodo-souvenir.com> dan memberikan pelatihan kepada anggota kelompok yang bergabung dengan komodo souvenir.

Untuk selanjutnya kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Direktur Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat DP2M DIKTI yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan pengabdian ini.
2. Seluruh anggota kelompok UMKM yang bergabung kedalam komodo souvenir yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan pengabdian ini.
3. Ketua STMIK Bumigora Mataram yang telah mendukung pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

Mataram., 5 November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
RINGKASAN	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	5
BAB 2. TARGET DAN LUARAN	6
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	8
BAB 4. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	13
BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	15
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	24

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Instrumen
2. Personalia tenaga pelaksana beserta kualifikasinya
3. Artikel ilmiah

DAFTAR GAMBAR

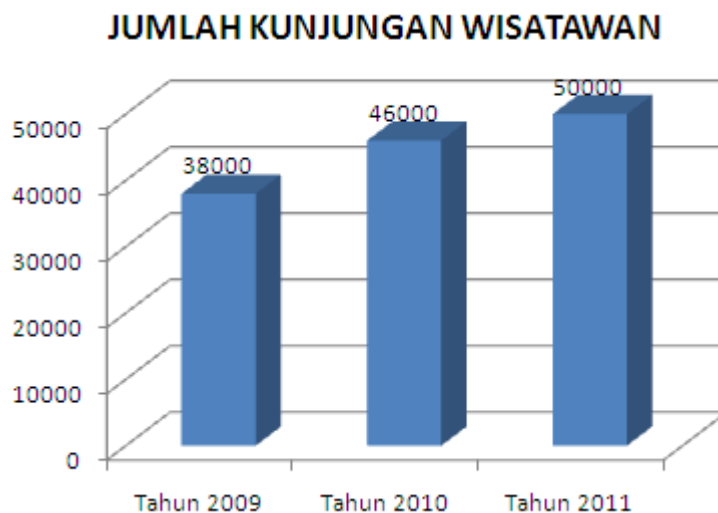
Gambar 1.1. Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan	1
Gambar 3.1. waterfall model	11
Gambar 5.1. peta web	15
Gambar 5.2. usecase diagram	15
Gambar 5.3. class diagram	16
Gambar 5.4. activity diagram	17
Gambar 5.5. sequence diagram	18
Gambar 5.6 halaman utama	19
Gambar 5.7. halaman register	19
Gambar 5.8. halaman login	20
Gambar 5.9. daftar produk	20
Gambar 5.10 detail produk	21
Gambar 5.11 produk anggota	21
Gambar 5.12 akun saya	22
Gambar 5.13 pesan	22

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. ANALISA SITUASI

Kebanyakan penduduk di dalam dan sekitar Taman Nasional menjadikan penangkapan ikan sebagai sumber pendapatan utama (97%). Selebihnya adalah pedagang dan pegawai negeri. Kawasan Taman Nasional Komodo (TNK) selain sebagai Taman Nasional, juga menjadi tujuan pariwisata yang terkenal dan menarik wisatawan lokal maupun manca negara. Kunjungan wisatawan mancanegara semakin meningkat setelah awal tahun 2012 ini, TNK ditetapkan sebagai salah satu New 7 wonder. Seiring dengan penetapan tersebut, dan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kawasan TNK, aktifitas industri kerajinan semakin meningkat juga. Grafik 1.1. berikut adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke TNK dari tahun 2009- 2011, dimana terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang terus meningkat dari 38.000 pada tahun 2009 menjadi 50.000 pada tahun 2011.



Gambar 1.1. Grafik kunjungan wisatawan ke TNK (2009-2011)

Secara kuantitas perkembangan tersebut tidak merupakan masalah, tetapi dari segi kualitas masih perlu dikembangkan dan ditingkatkan melalui penciptaan usaha yang kondusif dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada bagi para pengusaha untuk mampu bersaing dan meningkatkan produksinya dengan memanfaatkan semaksimal mungkin potensi sumber daya yang tersedia, terutama sumber daya lokal.

TNK sebagai daerah tujuan wisata memiliki industri kerajinan yang mendukung pariwisata yang memiliki ciri-ciri yang khas, sehingga perdagangannya cukup menggemirakan baik pasar dalam negeri maupun mancanegara. TNK memiliki produk unggulan antara lain Kerajinan ukir kayu bergambar biawak komodo, Kerajinan Ukir,

Kerajinan Kerang dan lain-lain. Kerajinan yang memiliki industri yang cukup besar yakni Kerajinan ukir yang berlokasi di pulau komodo, desa Komodo.

Mengingat TNK yang merupakan Taman nasional sekaligus daerah tujuan pariwisata yang merupakan pintu gerbang wisatawan yang akan berkunjung ke NTT, jumlah wisatawan baik wisatawan domestik maupun asing yang berkunjung ke TNK setiap tahun terus bertambah. Karena begitu besarnya jumlah wisatawan asing maka untuk membangun hubungan yang berkelanjutan tersebut dibutuhkan sebuah teknologi informasi yang menunjang pemasaran industri kecil di TNK ini sehingga komunikasi dan hubungan dagang dapat terus berlanjut. Adapun sebagai gambaran jumlah wisatawan asing yang datang ke TNK adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Asal Negara Wisata yang Berkunjung ke TNK Tahun 2010

No.	Asal Negara	%
1.	British	5,66
2.	Japan	3,15
3.	Denmark	1,22
4.	German	5,08
5.	Austria	1,93
6.	USA	2,12
7.	Dutch	4,38
8.	Franch	4,25
9.	Australia	6,31
10.	New Zealand	0,32

Sumber : Dinas Pariwisata Seni dan Budaya TNK Manggarai Barat

Di kecamatan Komodo hanya ada industry kecil dan rumah tangga, sedangkan industry. besar belum ada. Jumlah industry kecil dan industry rumah tangga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Semakin banyak industry kecil dan rumah tangga yang dibuka di kecamatan Komodo, semakin banyak tenaga kerja yang terserap. Table berikut adalah jumlah industry yang ada di kecamatan komodo.

Tabel 2. Perkembangan Industri kecil dan rumah tangga di kecamatan komodo.

Tahun	Industri kecil		Industri Rumah Tangga	
	Jumlah	Banyak Pekerja	Jumlah	Banyak Pekerja
2011	20	320	197	334
2012	98	336	205	339
2013	105	340	349	353

Sumber : BPS Manggarai barat 2014

Menghadapi era liberalisasi perdagangan pada tahun 2010–2020, pembangunan industri di TNK terus dibenahi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil industri yang

didukung kejelian menangkap perkembangan pasar, baik berskala nasional maupun internasional. Kebijakan terhadap pola keterkaitan yang kuat antara kegiatan di sektor industri dengan jaringan produksi dan distribusi yang berbasis pada keunggulan komparatif sumber daya alam dan sumber daya manusia perlu terus dikembangkan.

Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menjalin hubungan pembinaan dan meningkatkan kemitraan antara perusahaan, pengusaha, tenaga kerja dan pemerintah yang berperan memfasilitasi, sehingga diharapkan pada masa mendatang akan mampu meningkatkan nilai ekspor serta sekaligus kesejahteraan para pekerja dapat terjamin dengan lebih baik lagi.

Globalisasi adalah satu kata yang mungkin paling banyak dibicarakan orang selama lima tahun terakhir ini dengan pemahaman makna yang beragam. Namun, apa yang dipahami dengan istilah globalisasi akhirnya membawa kesadaran bagi manusia, bahwa semua penghuni planet ini saling terkait dan tidak bisa dipisahkan begitu saja satu sama lain walau ada rentang jarak yang secara fisik membentang. Dunia dipandang sebagai satu kesatuan dimana semua manusia di muka bumi ini terhubung satu sama lain dalam jaring-jaring kepentingan yang amat luas (Turban,2000). Begitu juga halnya dengan perdagangan dengan menggunakan electronic commercial.

Perkembangan yang sangat pesat dari electronic commercial itu sendiri disebabkan oleh banyak faktor, antara lain adalah (Adam,1999):

1. Memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat pelanggan dapat mengakses seluruh informasi yang up date dan terus menerus;
2. Dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik;
3. Dapat menciptakan efesiensi yang tinggi, murah serta informatif;
4. Dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat;

Dalam hal pengaturan yang berkaitan dengan ketentuan tentang pembayaran, maka aspek penting yang harus diatur adalah menyangkut integrasi sistem pembayaran yang mempergunakan kartu-kartu kredit kepada pihak bank yang juga memiliki sistem pembayaran dengan cara elektronik. Tanpa pengaturan dan dukungan sistem pembayaran elektronik, maka penerapan dari electronic commercial menjadi sia-sia. Sedangkan aspek penting lainnya yang menjadi fokus perhatian didalam pembahasan tentang electronic commercial mengkonstruksikan sumber-sumber perdagangan sebagai berikut (Chan S,2000) :

1. Terdapatnya ketentuan yang selaras dengan konsep dasar dari sebuah perdagangan *Teknologi informasi* adalah menyangkut soal transaksi yang berdasarkan kebebasan berkontrak;
2. Diperlukan pengembangan atas sistem yang mengatur adanya keberlakuan kontrak yang standar dan memiliki interpretasi yang jelas dan dapat dimengerti oleh setiap pengunjung warung virtual tersebut;
3. Didalam kontrak tersebut hendaknya mengandung prinsip-prinsip kontraktual dan mengikat setiap pihak yang menyetujui isi kontrak tersebut;
4. Ketentuan dalam *Teknologi informasi* hendaknya menerapkan nilai-nilai yang sesuai dengan perkembangan teknologi elektronik yang sedang berkembang;
5. Aspek yang dikeluarkan pemerintah untuk melegitimasi *Teknologi informasi* berisikan pengakuan, legitimasi, dan memfasilitasi komunikasi elektronik;
6. Aspek yang ada dalam mengatur *Teknologi informasi* mengandung nilai yang mendukung keberlakuan dari prinsip-prinsip perdagangan internasional yang berlaku dalam *E-commerce*;
7. Adanya ketentuan yang tegas tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI);
8. Ketentuan dan sumber lainnya adalah berkaitan dengan aspek keamanan dalam melakukan *E-commerce*.

Dengan menggunakan sistem teknologi informasi ini perdagangan hasil produk sentra industri kerajinan yang ada di TNK dapat lebih ditingkatkan, baik dari segi kuantitas maupun jumlah nilai barang yang ada. Disamping memiliki kelebihan dalam sistem terintegrasi ini Teknologi informasi juga memiliki kelemahan. Ini disebabkan karena data-data yang tersimpan dikelola secara terpusat. Akibatnya adalah jika terjadi kerusakan data maka bisa jadi akan mengganggu kelancaran proses secara keseluruhan. Maka dari itu untuk mengelola sistem penyimpanan data (*database*) diperlukan seorang administrator yang memiliki fungsi utama untuk memelihara dan membuat duplikat data pada sistem. Selain itu, seorang administrator juga memiliki fungsi sebagai pengatur hak/ijin serta keamanan data tersebut. Begitu juga dengan rencana desain dan implementasi sistem informasi pemasaran sentra industri di TNK dengan menggunakan *e-commerce*.

Mengingat sistem informasi pemasaran produk sentra industri dengan menggunakan *teknologi informasi* ini belum pernah dilakukan sebelumnya, dan pelaksananya adalah pengrajin sendiri, maka dalam implementasi sistem ini nantinya perlu dilakukan sosialisasi dan pelatihan pada semua pihak yang terkait dengan sistem teknologi informasi tersebut untuk mendapat umpan balik dan menindak-lanjutnya dengan program-program yang sesuai dengan permasalahan yang ditemukan.

Menurut Dadang M (2011:1), definisi *E-business* dalam bukunya yang berjudul *E-Business* adalah “suatu bisnis apa saja yang dijalankan dengan memanfaatkan komputer dan

internet dengan tujuan untuk menawarkan produk dan jasa secara *online* bukan secara kontak fisik”. Definisi lain *E-Business* adalah aktivitas yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan proses pertukaran barang dan atau tanpa jasa dengan memanfaatkan *internet* sebagai medium komunikasi, transaksi dan salah satu aplikasi teknologi *internet* yang merambah dunia bisnis internal, melingkupi sistem, pendidikan pelanggan, pengembangan produk dan pengembangan usaha.

Berdasarkan kedua definisi yang tertera penulis menyimpulkan bahwa *EBusiness* merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan untuk menawarkan produk dan jasa, dengan memanfaatkan komputer dan *internet* secara *online* bukan secara kontak fisik.

E-Commerce pada dasarnya mempunyai makna yang sama, yang berarti suatu cara bagi seorang konsumen membeli barang yang diinginkan secara *online* melalui jaringan *internet*. *E-Commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/ penjualan barang, *service* dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009).

Menurut Jony Wong (2010 : 33) pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem *elektronik*. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau *network*. Jadi pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui *internet* dimana *website* digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

1.2. PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Kerajinan ukir kayu, di pulau komodo adalah sebagai berikut:

1. Dengan menjadikan Taman Nasional komodo sebagai salah satu keajaiban dunia, semakin banyak pula wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Komodo. Dengan demikian semakin banyak peluang yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar dengan membuat kerajinan tangan sebagai souvenir khas dari pulau komodo.,
2. Dalam memasarkan dan memperkenalkan produk kerajinan tangan masyarakat di Taman nasional Komodo, masyarakat cenderung menggunakan pola tradisional dengan menawarkan produk mereka kepada wisatawan yang berkunjung, tanpa menggunakan teknologi informasi sebagai media yang efektif untuk memperkenalkan produk dan memasarkan kepada dunia internasional. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukannya pemanfaatan teknologi internet dalam memasarkan produk kerajinan masyarakat. Dengan teknologi internet masyarakat akan dilatih untuk melakukan transaksi pemesanan dan pengiriman barang secara on line.

BAB II

TARGET DAN LUARAN

Target dan luaran yang ingin dicapai dalam pelaksanaan IBM kerajinan ini adalah bagaimana usaha kecil dan rumah tangga di kecamatan komodo dapat memanfaatkan setiap peluang usaha dalam meningkatkan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi. Target dan luar tersebut antara lain :

1. **Terciptanya Model Penerapan Sistem *Teknologi informasi*** yang terintegrasi antara kerajinan ukir.
2. **Dihasilkannya *Software Teknologi informasi*** yang terintegrasi kerajinan ukir kayu berbasis Teknologi informasi (TI) khususnya Website dalam pemasarannya.
3. **Terlatihnya Pengusaha Sentra Industri kerajinan ukir** di Kawasan TNK dalam mengoperasikan *e-commerce*.
4. **Terimplementasinya *Teknologi informasi* pada Sentra Industri** di Kawasan TNK.
5. **Berdayanya Sentra Industri** di Kawasan TNK secara terintegrasi, sehingga menjadi pusat *Teknologi informasi* dan Sentra Industri Indonesia.
6. **Terjual Sentra Industri** di Kawasan TNK, **dan pulau Komodo** secara sistematis ke pasar global melalui internet

Tujuan Umum

Secara umum tujuan adalah membuat implementasi sistem pemasaran produk sentra industri kerajinan menggunakan *Teknologi informasi* yang terintegrasi dan membangun Jaringan penjualan secara *on-line* bagi sentra industri baik itu pemesanan, pembayaran dan lain-lain khususnya Kerajinan ukir di Kawasan TNK.

Tujuan khusus

a. Pengelola kerajinan ukir kayu

Pengelola sentra industri memiliki *database* mulai dari data model produk barang yang dihasilkan, data pemesanan sesuai dengan permintaan pembeli, dan data pelanggan secara lengkap dan dapat diperbaharui (*update*) setiap hari, mingguan, bulanan maupun semesteran, sehingga dapat merencanakan penjualan yang lebih tepat.

Pengembangan pelaksanaan program bagi sentra industri kerajinan yang belum mendapat pelayanan *teknologi informasi* lebih cepat untuk mengikuti perkembangan, karena dapat melihat langsung hasilnya dan merupakan suatu kebutuhan.

b. Pemerintah daerah

1. Mendapat gambaran yang jelas mengenai kondisi perdagangan sentra industri kerajinan yang ada di TNK
2. Dapat mengembangkan program-program yang sesuai dengan kondisi dan permasalahan sentra industri dalam rangka pengembangan kedepan.

c. Masyarakat kawasan TNK pada umumnya.

1. Penggunaan *teknologi informasi* berdampak pada pelayanan perdagangan yang lebih tepat guna dan tepat sasaran
2. Kesempatan yang lebih luas bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam mengembangkan produk sentra industri sesuai dengan permintaan pasar.
 - Memberi kemudahan kepada sentra industri untuk melakukan transaksi.
 - Memudahkan Pemerintah khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengetahui sejauh mana perkembangan sentra industri dalam meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan diri.

Dengan penggunaan *Teknologi informasi* oleh sentra industri peningkatan PAD dari sektor tersebut bisa diketahui.

Aplikasi yang akan dirancang adalah sistem penjualan berbasis *web (ecommerce)* yang membantu kelompok UKM agar mencapai penjualan yang maksimal dengan penjualan elektronik. Penelitian ini memiliki ruang lingkup:

1. Informasi produk dan pemesanan berbasis *web*. Konsumen dapat melihat produk dan memesan sesuai kriteria yang diinginkan. Hal ini mempermudah pelanggan untuk mengetahui informasi produk dan memudahkan dalam pemesanan.
2. Sistem manajemen data product. Sistem manajemen data product yang disimpan pada *database* melalui operasi *insert, update, delete, dan view data* yang ditampilkan melalui *website*.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Munculnya ekonomi digital akan mempengaruhi industri perdagangan di Indonesia seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu desa yang memiliki UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu UMKM berbasis kerajinan di Pulau Komodo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggrai Barat. Penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi gambaran umum dan khusus UMKM di Komodo untuk menganalisis permasalahan UMKM tersebut terhadap ekonomi digital. Dalam pemecahan masalah tersebut, diperlukan alat analisis untuk strategi pemasaran dalam pengembangan sehingga diperoleh system informasi yang dapat dilakukan oleh UMKM Komodo Souvenir untuk pengembangannya.

3.1. Solusi yang Ditawarkan

Dengan adanya sistem ini masalah data yang berhubungan Kerajinan ukir di Kawasan TNK dapat diintegrasikan kedalam satu basis data dan dikelola dengan lebih baik, sehingga sangat membantu baik pelaku industri yang ingin memasarkan produknya, pemerintah yang ingin membantu mengembangkan produksi dan pemasaran produk Kerajinan ukir di Kawasan TNK maupun pelanggan yang ingin menggunakan produk-produk industri yang diproduksi di TNK.

3.2. Penerapan teknologi ke arah komersial

Dalam penerapan teknologi informasi pada Kerajinan ukir di Kawasan TNK, maka TNK bisa dijadikan sebagai *Pilot Project* penggunaan teknologi informasi disemua Kabupaten/Kota se Propinsi Nusa Tenggara Timur.

3.3. Alih teknologi

Dalam pelaksanaan teknologi informasi pada Kerajinan ukir di Kawasan TNK dapat dilakukan secara bertahap terhadap penerapan teknologi informasi dengan memberikan pelatihan, bimbingan dan pendampingan sehingga transfer teknologi dapat dilaksanakan secara bertahap dan berjalan secara alami.

3.4. Akses Internet

Mengakses informasi di internet berarti menggunakan komputer yang menjadi bagian dari sebuah jaringan komputer yang disebut internet. Semua akses ke internet sifatnya *Client-server*, jika tidak bertindak sebagai pemakai maka kita menjadi Client yang menggunakan

pelayanan yang diberikan oleh komputer lain yang bertindak sebagai server. Ada berbagai macam pelayanan yang berlaku di internet, di antaranya : (Alexander,2001).

3.5. Teknologi informasi

Dalam prakteknya, yaitu dengan berdasarkan beberapa konsep definisi yang dibicarakan oleh para ahli dan praktisi Teknologi informasi dewasa ini terdapat beberapa perbedaan yang dapat dijadikan sebagai suatu rujukan. *Electronic Commerce can be defined as commercial activities conducted through an exchange of information generated, stored, or communicated by electronical, optical or analogues means, including EDI, E-mail, and so forth (Hill, Richard,1995). Teknologi informasiis performing business transaction with the aid of evolving computing tools and paper-less communication links (electronic messaging technologies). Electronic Commerce may be defined as the entire set of process that support commercial activities on a network and involve information analysis.(Adam, 1999).*

3.6. Desain E-commerce

Hasil rancangan yang dilakukan adalah membuat *software* (piranti lunak) promosi Kerajinan ukir di Kawasan TNK berbasis web. Sehingga produk-produk yang ada disentra industri dapat melakukan promosi sampai ke manca negara, hal ini akan membantu dalam peningkatan penjualan produk-produk di sentra industri yang ada diTNK. *Software* promosi Kerajinan ukir di Kawasan TNK yang telah di desain dan buat yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu :

- a. Desain database
- b. Relasi basis data
- c. Perancangan Arus data
- d. Pembuatan program
- e. Halaman antar muka website
- f. Transaksi
- g. Halaman admin

3.7. Indikator kinerja

No.	Kegiatan	Sebelum	Sesudah
1.	Sistem Pemasaran kerajinan ukir, dengan e-commerce:	Manual	<i>Online</i>
	Setiap pembelian dan penjualan dilakukan dengan sistem komputerisasi	Manual	Otomatisasi
	Pemesanan barang secara langsung dan tersedianya tagihan	Manual	Otomatisasi

	Otomasi <i>account</i> pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor Kartu Kredit).	Manual	Otomatisasi
	Pembayaran yang dilakukan secara langsung (<i>online</i>)	Manual	Otomatisasi
2.	Terimplementasinya <i>teknologi informasipada sentra kerajinan ukir di Kawasan TNK.</i>	Manual	<i>Online</i>
	Pengrajin terlatih menggunakannya	Manual	Otomatisasi
	Dapat melakukan transaksi secara langsung	Manual	Otomatisasi
	Tatap muka melalui <i>webcam</i>	Manual	
No.	Kegiatan	Sebelum	Sesudah
3.	Pemberdayaan kerajinan ukir di Kawasan TNK.	Manual	<i>Online</i>
	Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan <i>online channel</i> yang biayanya lebih murah.	Manual	Otomatisasi
	Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, laporan, dan sebagainya	Manual	Otomatisasi
	Mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif.	Manual	Otomatisasi
	Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan ATK, seperti biaya pos surat, pencetakan, laporan, dan sebagainya.	Manual	Otomatisasi

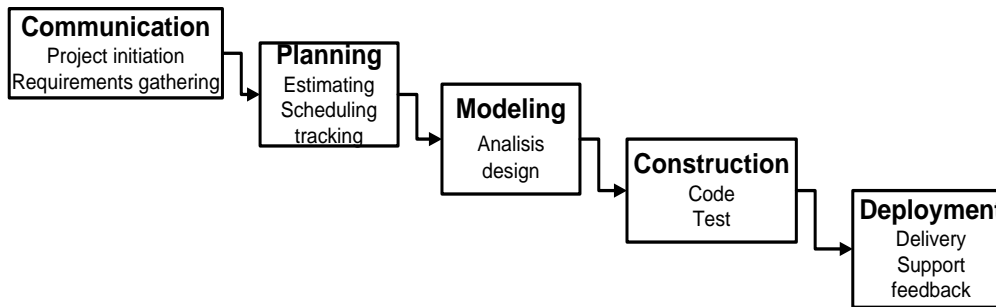
3.8. Teknik Pengukuran Indikator Kinerja

Dalam implementasi *e-commerce*, teknik pengukuran program aplikasi *teknologi informasi* adalah: menampilkan informasi produk-produk ukir yang telah di promosikan, jumlah pengunjung, jumlah hasil penjualan, dan jumlah pemesan serta dapat melakukan pemesanan barang lewat fasilitas *massenger* yang disediakan oleh situs tersebut. Sedangkan untuk mengukur kemampuan pengrajin ukir dilakukan dengan menguji kemampuan di bidang penguasaan program aplikasi *teknologi informasimulai* dari segi *input data*, *upload* gambar dan penguasaan fasilitas lain yang berhubungan dengan program tersebut, sehingga informasi selalu ter *up-to-date*.

3.9. Model pengembangan perangkat lunak

Metodologi yang digunakan dalam pembuatan perangkat lunak menggunakan paradigma perangkat lunak secara *waterfall*. Metode *Waterfall* adalah suatu proses pengembangan perangkat lunak berurutan, di mana kemajuan dipandang sebagai terus mengalir ke bawah (seperti air terjun) melewati fase-fase perencanaan, pemodelan, implementasi (konstruksi), dan pengujian. Kelebihan metode ini disamping pengaplikasian menggunakan model mudah, juga ketika semua kebutuhan system dapat didefinisikan secara utuh, eksplisit dan benar diawal proyek, maka *Software Enggeneering (SE)* dapat berjalan dengan baik tanpa masalah. Meskipun seringkali kebutuhan system tidak dapat didefinisikan *seeksplisist* yang diinginkan

tapi problem pada kebutuhan system diawal proyek lebih ekonomis dan waktu yang terbuang sedikit. Kekurangan dari model ini adalah kesulitan dalam mengakomodasi perubahan setelah proses dijalani. Berikut adalah gambar pengembangan perangkat lunak berurutan/ linear [6]. Gambaran mengenai metode waterfall seperti gambar 1 yang meliputi :



Gambar 3.1. Waterfall model

3.1. Communications

Langkah ini merupakan analisis terhadap kebutuhan *software*, dan tahap untuk mengadakan pengumpulan data dengan melakukan pertemuan dengan *customer*, maupun mengumpulkan data-data tambahan baik yang ada di jurnal, artikel, maupun dari internet

3.2. Planning

Proses *planning* merupakan lanjutan dari proses *communication (analysis requirement)*. Tahapan ini akan menghasilkan dokumen *user requirement* atau bisa dikatakan sebagai data yang berhubungan dengan keinginan *user* dalam pembuatan *software*, termasuk rencana yang akan dilakukan

3.3. Modelling

Proses *modeling* ini akan menerjemahkan syarat kebutuhan ke sebuah perancangan *software* yang dapat diperkirakan sebelum dibuat *coding*. Proses ini berfokus pada rancangan struktur data, arsitektur *software*, representasi *interface*, dan detail (algoritma) prosedural. Tahapan ini akan menghasilkan dokumen yang disebut *software requirement*.

3.4. Contraction

Construction merupakan proses membuat kode. *Coding* atau pengkodean merupakan penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. *Programmer* akan menerjemahkan transaksi yang diminta oleh *user*. Tahapan inilah yang merupakan tahapan secara nyata dalam mengerjakan suatu *software*, artinya penggunaan komputer akan dimaksimalkan dalam tahapan ini. Setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan *testing* terhadap sistem yang telah dibuat tadi. Tujuan *testing* adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem tersebut untuk kemudian bisa diperbaiki.

3.5. Deployment

Tahapan ini bisa dikatakan final dalam pembuatan sebuah *software* atau sistem. Setelah melakukan analisis, desain dan pengkodean maka system yang sudah jadi akan digunakan oleh *user*. Kemudian *software* yang telah dibuat harus dilakukan pemeliharaan secara berkala.

BAB IV

KELAYAKAN PT

4.1 Alasan Pemilihan Perguruan Tinggi STMIK Bumigora Mataram

Fasilitas yang digunakan dalam mendukung pembuatan program aplikasi dan implementasi *teknologi informasi* adalah;

1. Server, digunakan untuk menyimpan *database* dan program aplikasi *teknologi informasi* di STMIK Bumigora Mataram.
2. *Workstation*, digunakan untuk melakukan pemasukan data produk kerajinan ukir, yang ditempatkan di Pulau Komodo.

Sekolah Tinggi manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Bumigora Mataram merupakan perguruan tinggi yang memiliki kelayakan dalam mendukung implementasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (IbM) tersebut karena memiliki beberapa fasilitas antara lain:

- a) Laboratorium Komputer dengan jumlah 3 ruang yang digunakan untuk pemanfaatan bagi penelitian dan pengabdian kepada masyarakat bagi dosen-dosen dan mahasiswa untuk membuat produk (software).
- b) Ruang Training center sebagai pusat pelatihan yang tersambungkan dengan fasilitas internet
- c) Laboratorium jaringan untuk menguji software yang dihasilkan
- d) Ruang Perpustakaan yang nyaman dan lengkap dengan berbagai referensi yang dapat dijadikan sumber referensi dalam pelaksanaan Kegiatan Penelitian maupun Pengabdian kepada masyarakat.
- e) Memiliki unit BP3M sebagai badan yang mengkoordinasi dan mengelola pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh civitas akademika STMIK Bumigora

4.2 Kinerja Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat yang pernah dilaksanakan oleh BP3M dalam 3 tahun terakhir adalah:

- a) IbM Peningkatan Kinerja Dinas Kesehatan Lombok Barat Melalui Pengembangan Sistem Informasi Kesehatan Daerah (SIKDA) , tahun 2015

- b) IbM : Penerapan Sistem Otomasi Perpustakaan Pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Di Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat (NTB), tahun 2015.
- c) IbM Pelatihan Desain 3D Gerabah Banyumulek Lombok Barat, tahun 2015
- d) Workshop "Implementing Cisco Ipv6 Networks" Untuk Para Guru SMK TKJ Di Nusa Tenggara Barat (NTB), tahun 2014
- e) E-Commerce untuk pedagang Gerabah Banyumulek Lombok Barat, bekerjasama dengan DIT.LITABMAS DIKTI tahun 2014.
- f) Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "Pemberdayaan Perempuan Kelompok Nelayan Di Desa Kuranji" bekerjasama dengan DIT.LITABMAS DIKTI tahun 2013.
- g) IbM Puskesmas, Implementasi pelayanan kesehatan gratis bagi masyarakat miskin berbasis Biometrik di Kota Mataram, sumber dana DP2M Dikti, tahun 2013
- h) Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat "Pelatihan Internet dan E-Commerce" Kerjasama dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) R.I., Mei 2012.

4.3 Jenis Kepakaran

Untuk mendukung kegiatan ini maka tenaga ahli yang diperlukan dalam pelaksanaan program yaitu:

1. Tenaga ahli dalam merancang system penjualan online.
2. Tenaga ahli dalam merancang basis data
3. Programmer untuk mengimplementasi dari desain ke dalam bahasa Pemrograman
4. Instruktur pelatihan untuk implementasi sistem dan pelatihan/workshop dalam penggunaan database dan pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan produk secara online.

BAB V

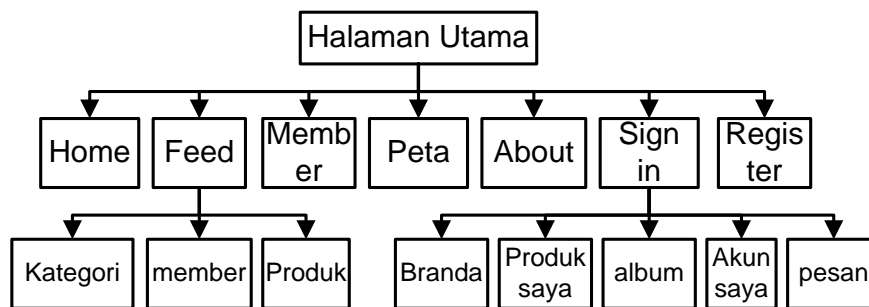
HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat ini, ada beberapa kegiatan yang dilaksanakan antara lain :

1. Membangun system penjualan online (website dengan alamat <http://komodo-souvenir.com>),
2. Mengadakan pelatihan kepada anggota kelompok UKM Komodo souvenir,
3. dan membuat luaran berupa artikel ilmiah.

5.1. Pembuatan system online

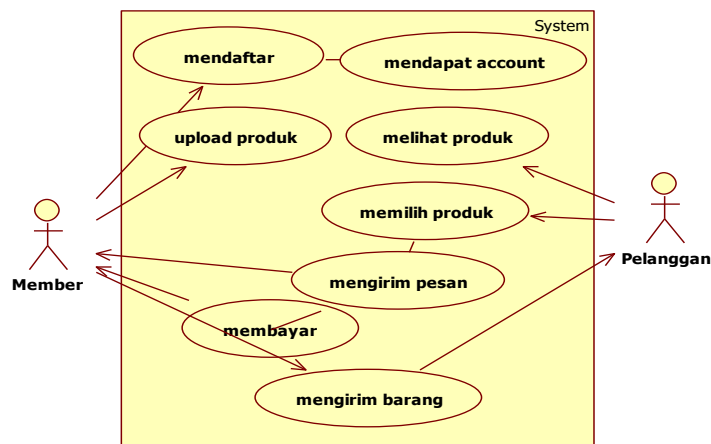
Berikut ini merupakan perancangan menu dari website komodo-souvenir. Perancangan Menu ini penulis buat untuk mempermudah design konten pada layar web.



Gambar 5.1. Peta web komodo-souvenir

Pembuatan Use Case Diagram

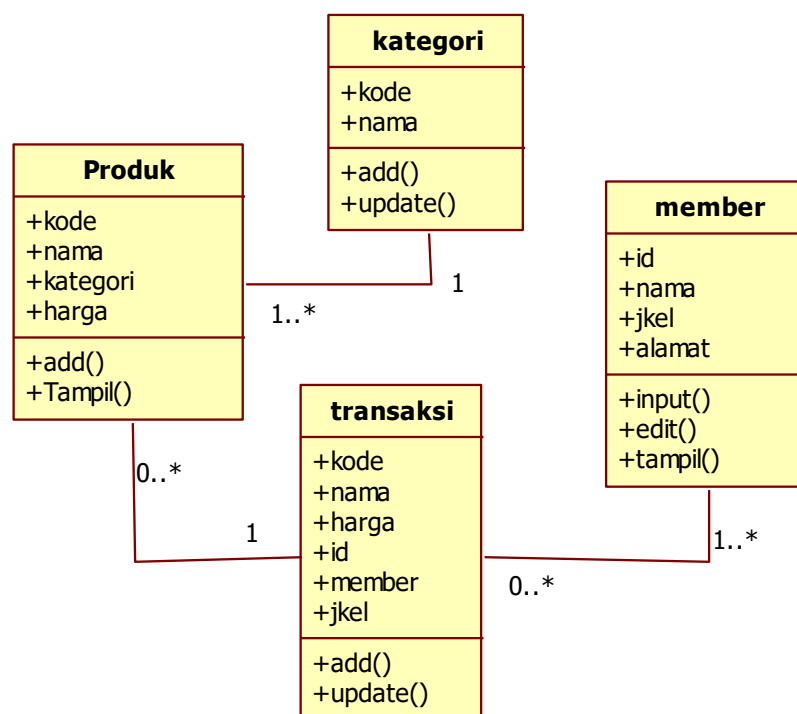
Use case diagram ialah model fungsional sebuah system yang menggunakan actor dan use case. Use case adalah layanan (services) atau fungsi-fungsi yang disediakan oleh system untuk penggunaanya. Diagram use case dari webiste komodo-souvenir adalah sebagai berikut :



Gambar 5.2. Usecase Diagram

Class Diagram

Class diagram adalah model statis yang menggambarkan struktur dan deskripsi class serta hubungannya antara class. Class diagram mirip ER-Diagram pada perancangan database, bedanya pada ER-diagram tdk terdapat operasi/methode tapi hanya atribut. Class terdiri dari nama kelas, atribut dan operasi/methode. Class diagram digunakan untuk menampilkan kelas-kelas dan paket-paket di dalam system. Class diagram memberikan gambaran system secara statis dan relasi antar mereka. Biasanya, dibuat beberapa class diagram untuk system tunggal. Kelas adalah sesuatu yang membungkus informasi dan perilaku. Secara tradisional, system dibangun dengan ide dasar bahwa akan menyimpan informasi pada sisi baris data dan data perilaku pengolahnya pada sisi aplikasi.

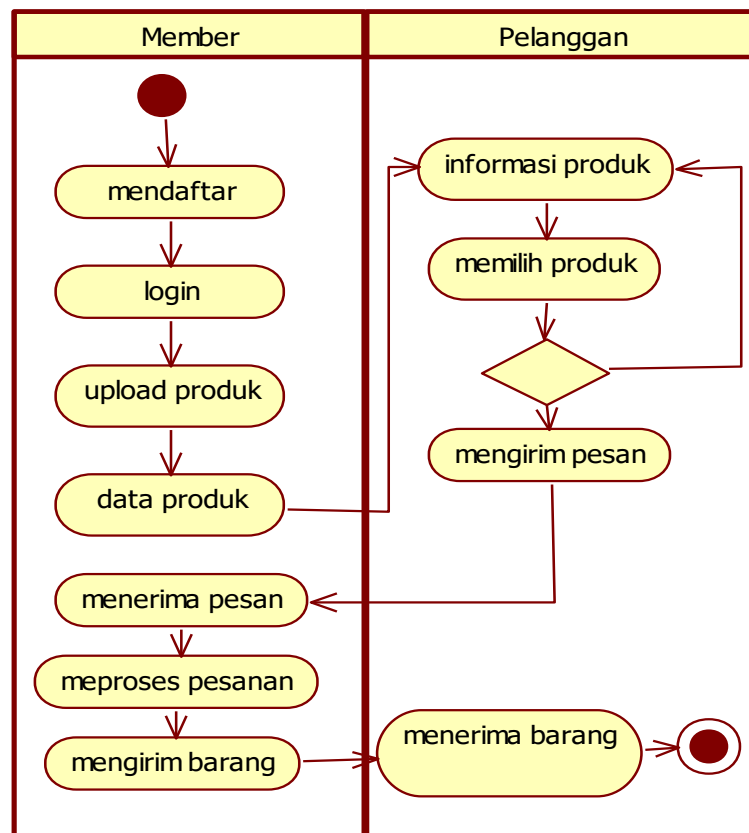


Gambar 5.3. Calss diagram

Activity Diagram

Activity Diagram adalah diagram yang menggambarkan workflow (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem. Activity diagram adalah salah satu cara untuk memodelkan event-event yang terjadi dalam suatu use case. *Activity diagram* digunakan untuk **menganalisa proses**. Sebuah activity diagram bukan sebuah tool yang sempurna untuk menganalisis masalah dari sistem. Sebagai tool untuk menganalisis, pemrogram tidak ingin untuk mulai

memecahkan masalah di level teknis dengan membuat class, tetapi dengan menggunakan *activity diagram* untuk mengerti masalah dan menyaring proses yang terdapat dalam sistem. Berikut ini activity diagram dari Website komodo-souvenir.com.

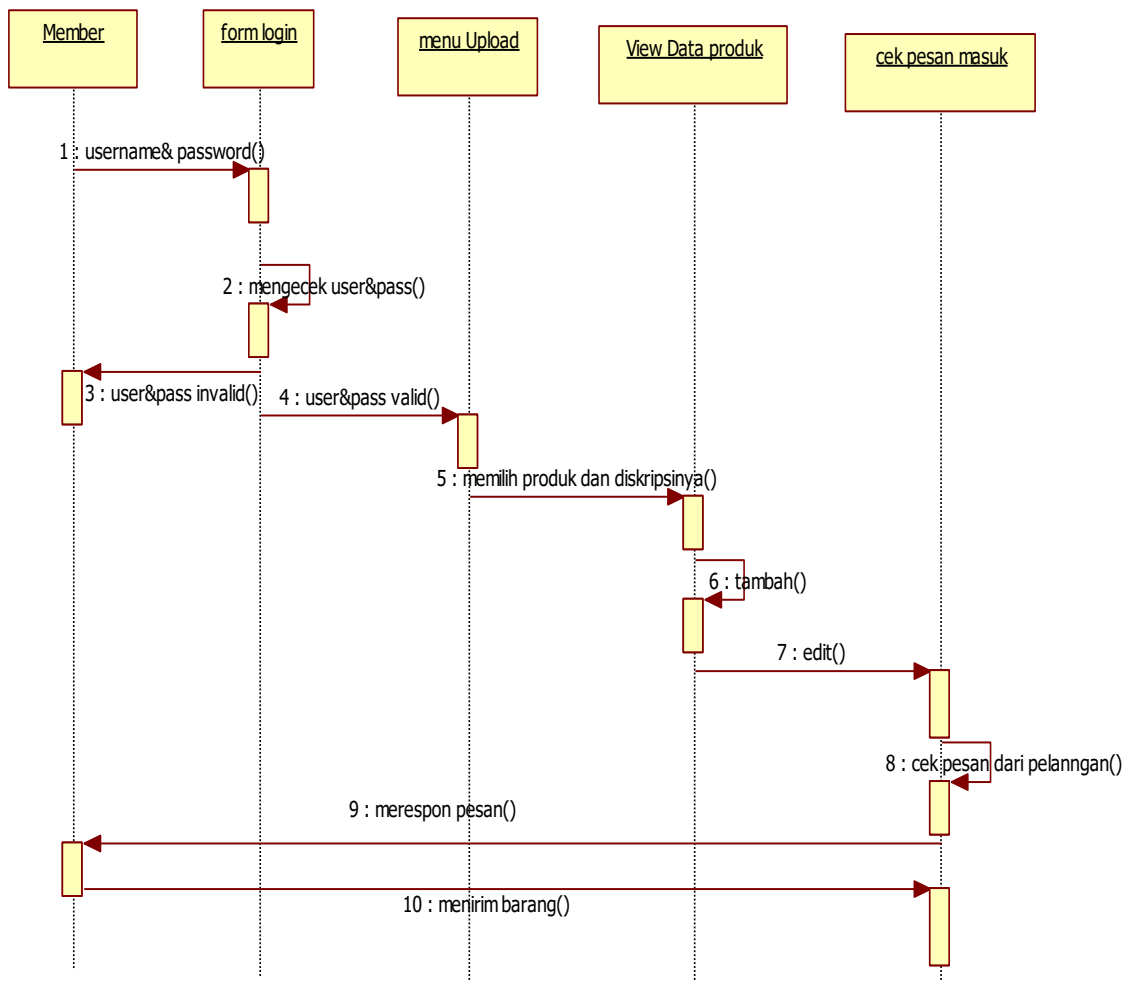


Gambar 5.4. Activity diagram

Sequence diagram

Sequence diagram adalah suatu diagram yang menggambarkan interaksi antar obyek dan mengindikasikan komunikasi diantara obyek-obyek tersebut. Diagram ini juga menunjukkan serangkaian pesan yang dipertukarkan oleh obyek-obyek yang melakukan suatu tugas atau aksi tertentu.

Diagram ini secara khusus berasosiasi dengan use case diagram. Sequence diagram juga memperlihatkan tahap demi tahap apa yang seharusnya terjadi untuk menghasilkan sesuatu didalam use case. Sequence diagram juga dapat merubah atribut atau method pada class yang telah dibentuk oleh class diagram, bahkan menciptakan sebuah class baru. Sequence diagram memodelkan aliran logika dalam sebuah system dalam cara yang visual. Sequence diagram pada gambar 5 berikut menunjukkan interaksi antara objek anggota dengan tugas dan aksi yang dilakukan pada system login atau menginputkan account untuk mengupload data produk.

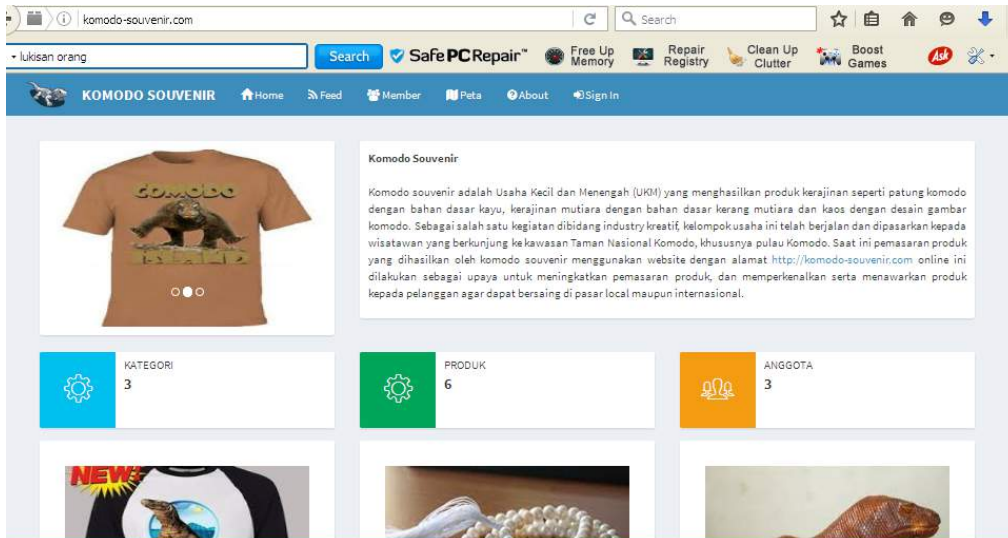


Gambar 5.5. Sequence diagram

5.2. Penerapan web online

Sesuai dengan target yang ingin dicapai dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat dapat memanfaatkan teknologi informasi khususnya media online dalam memasarkan produk kerajinan patung komodo, kaos komodo dan kerajinan mutiara. Berdasarkan target tersebut maka berikut adalah web yang telah dibangun sebagai media online dengan alamat <http://komodo-souvenir.com>. Gambar 5.6 berikut adalah tampilan utama web, yang menampilkan gambar produk dan diskripsi produk masing-masing kategori, disertai dengan jumlah anggota yang ter

Daftar dan jumlah produk yang telah diupload.

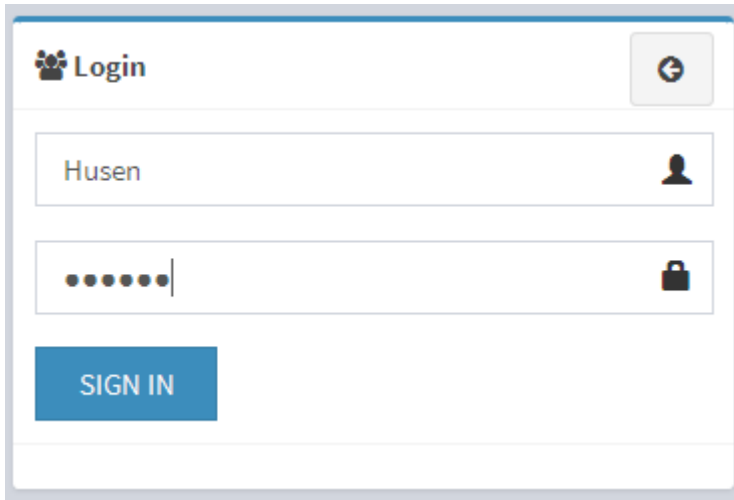


Gambar 5.6. Halaman utama web (komodo-souvenir.com)

Untuk dapat memanfaatkan web online ini, semua anggota kelompok harus mendaftarkan diri dengan memanfaatkan form register, seperti pada gambar 5.7. berikut. Setiap anggota wajib mengisi identitas seperti nama, upload foto, nomor kontak, dan menuliskan username dan password. Untuk dapat memanfaatkan pemasaran produk melalui fasilitas web online seperti gambar produk, harga produk dan diskripsi produk, maka semua anggota kelompok mengisi form register. Dan untuk dapat masuk ke halaman akses anggota wajib mengisi account number (user name dan password) seperti pada gambar 5.7. berikut.

Gambar 5.7. Halaman form register bagi anggota kelompok.

Setelah mendaftar, melalui form register seperti pada gambar 5.7 diatas, anggota kelompok dapat memanfaatkan fasilitas untuk mengupload produk dengan terlebih dahulu melakukan login seperti pada web form 5.8. berikut :

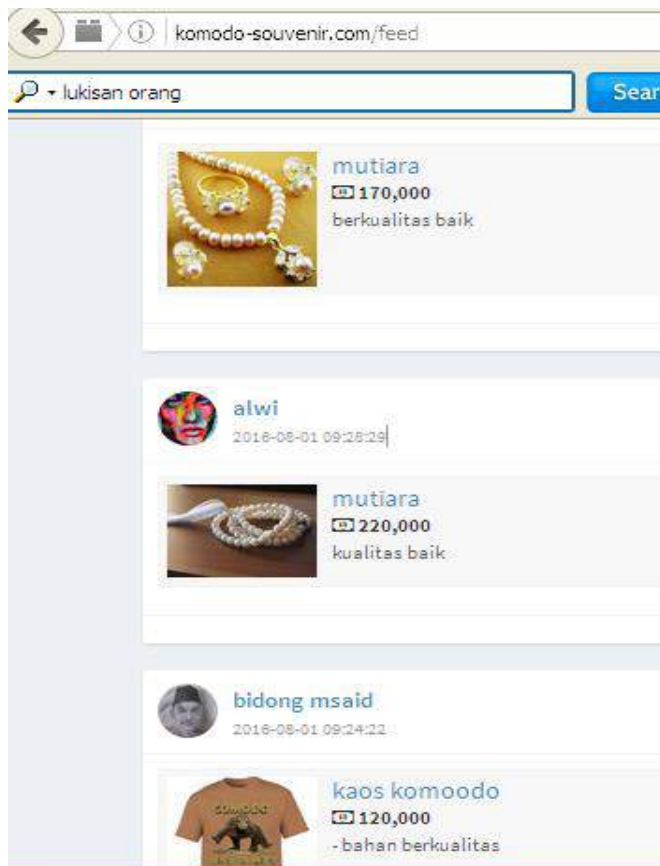


The image shows a login form with the following elements:

- Header: "Login" with a user icon and a refresh button.
- Username field: Contains the text "Husen" and a user icon.
- Password field: Contains six dots and a lock icon.
- Button: A blue button labeled "SIGN IN".

Gambar 5.8 halaman login

Hasil produk yang diupload dapat dilihat dengan menggunakan memilih menu feed, maka akan tampil informasi produk yang telah diaupload seperti pada form 5.9 berikut. Pada form 5.9. menampilkan gambar produk, nama produk, harga produk dan diskripsi produk.



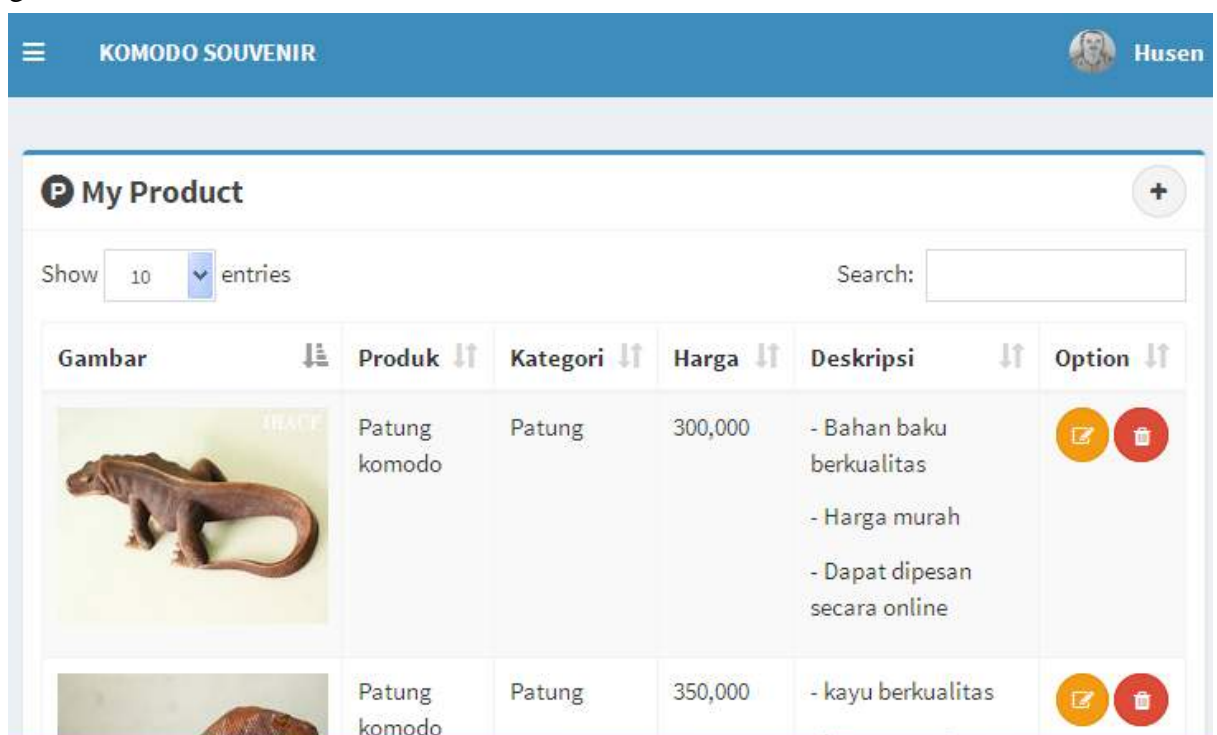
Gambar 5.9 daftar produk yang telah diaupload oleh anggota

Untuk dapat menampilkan detail dari produk, maka dapat memilih dengan mengklik gambar produk atau nama produk, yang hasilnya akan menampilkan ukuran gambar produk lebih besar, seperti gambar 5.10. berikut.



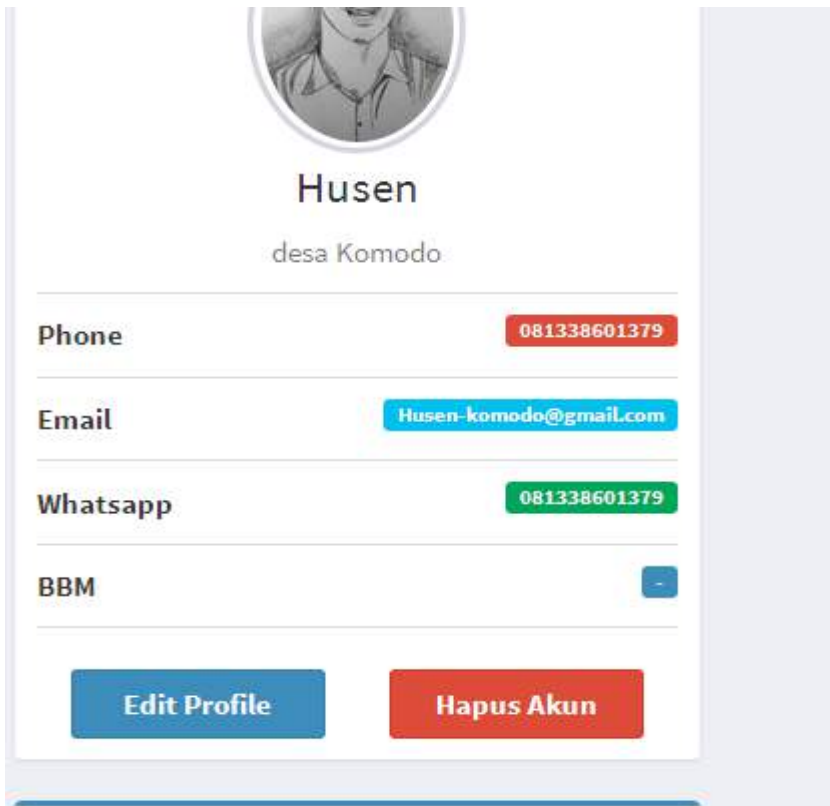
Gambar 5.10. Tampilan detail produk

Untuk menampilkan produk khusus yang dimiliki oleh anggota yang register, maka anggota dapat memilih menu produk saya, maka akan menampilkan form seperti yang terlihat pada gambar 5.11. berikut.



Gambar 5.11. form produk khusus milik anggota

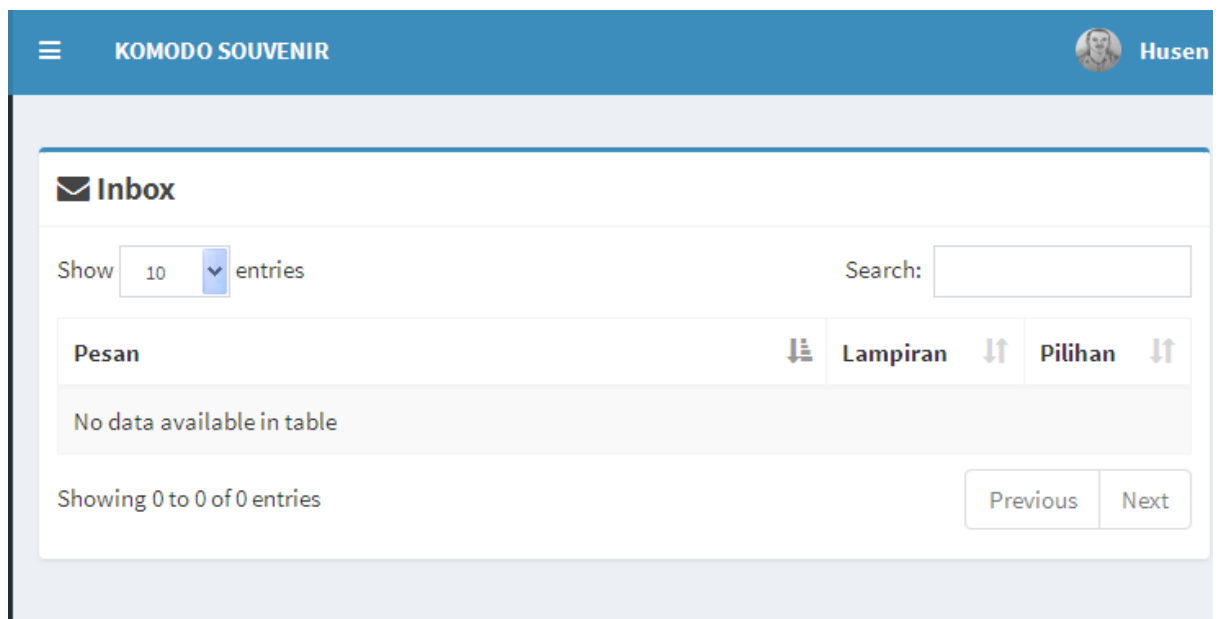
Anggota yang ingin melihat dan melakukan perubahan terhadap akun, dapat memilih menu akun saya, maka akan menampilkan form seperti pada gambar 5.12. berikut. Pada menu akun saya, anggota dapat merubah data termasuk identitas diri, nomor kontak dan nomor rekening.



The image shows a user profile form for 'Husen' from 'desa Komodo'. The form includes fields for Phone, Email, Whatsapp, and BBM. The Phone and Whatsapp fields contain the number 081338601379. The Email field contains Husen-komodo@gmail.com. The BBM field contains a blue icon. At the bottom of the form, there are two buttons: 'Edit Profile' (blue) and 'Hapus Akun' (red).

Gambar 5.12. form akun saya

Anggota yang sudah melakukan register, dapat melihat pesan dari pelanggan melalui menu pesan seperti pada gambar 5.13. berikut. Pesan yang ditampilkan dapat dilihat juga melalui email anggota.



The image shows an email inbox interface for 'KOMODO SOUVENIR'. The header includes a menu icon, the name 'KOMODO SOUVENIR', and a user profile for 'Husen'. The main content area is titled 'Inbox' and features a search bar, a dropdown menu set to '10 entries', and a table with columns for 'Pesan', 'Lampiran', and 'Pilihan'. The table is currently empty, displaying 'No data available in table'. At the bottom, it shows 'Showing 0 to 0 of 0 entries' and 'Previous' and 'Next' navigation buttons.

Gambar 4.13. form pesan

5.3. Pelatihan

Sasaran pelatihan adalah anggota kelompok yang memanfaatkan web komodo-souvenir sebagai media penjualan. Setiap anggota kelompok dapat mengupload data-data produk yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Jumlah anggota kelompok yang terlibat dalam pelatihan sebanyak 15 orang anggota dan telah dilaksanakan pada tanggal 7-8 Juli 2016. (bukti Terlampir)

5.4. Pembuatan artikel

Salah satu luaran yang ditargetkan dalam pelaksanaan pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah menghasilkan artikel di jurnal ilmiah atau seminar nasional. Artikel ilmiah telah dibuat dan dikirim untuk diseminarkan di seminar nasional teknologi informasi dan computer (semnastikom) dan telah diterima (bukti : terlampir)

BAB VI

6.1. Kesimpulan

Sistem informasi mengurangi waktu proses, meningkatkan komunikasi, dan membantu pengambilan keputusan. Sistem informasi memberikan keunggulan teknologi yang penting, di mana banyak UKM tidak dapat menggunakannya sepenuhnya. Sistem informasi akan menjadi hal yang penting di masa yang akan datang, menghubungkan kerjasama antarorganisasi, pemasok, dan konsumen.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk menghadapi era ekonomi digital UMKM di Pulau Komodo perlu adanya pengembangan strategi pemasaran para pemilik UMKM. Salah satu strategi pemasaran tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk membantu UKM memasarkan produk. Alternatif – alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk pengembangan UMKM berbasis kerajinan di Pulau komodo adalah sebagai berikut: (1) Pemilik UMKM menerapkan *e-commerce* agar dapat menjadi *market leader*, (2) Pemilik UMKM memberikan *branding* agar muncul *brand image* terhadap produknya.

Pada akhirnya, aktifitas promosi apapun dalam perusahaan termasuk menggunakan system online, tidak bisa berjalan efektif jika secara internal tidak memperhatikan faktor kualitas sebuah perusahaan. Dengan kualitas produk yang baik, ditambahkan komunikasi yang mengena, maka aktifitas perusahaan bisa berjalan dengan baik

6.2. Saran

Pemuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Mengidentifikasi atribut produk dan dukungan pelayanan yang dianggap penting oleh para pembeli pada saat mereka membeli dan menggunakan produk tersebut merupakan tujuan manajemen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal dan menjadi perhatian \ukm komodo souvenir yaitu sebagai berikut:

1. Sistem Pengiriman. Memindahkan produk dari produsen ke konsumen.
2. Performa Produk UKM. Performa dan keunggulan suatu produk yang dihasilkan sangatlah penting dijaga dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Citra atau Merek. Para pelaku bisnis mengakui bahwa citra atau merek perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dari sudut positif.
4. Hubungan Harga-Nilai. Pembeli menginginkan nilai yang ditawarkan merek sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karenanya terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil A dkk, 2007, Sistem Informasi Pengunjung Berbasis Web Di Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo
- Cravens, David W. 1996. Pemasaran Strategis Edisi Keempat Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB, 2012, “Statistik Kebudayaan dan Pariwisata, tahun 2012
- Haahti, Antti et all. 2005. *Cooperative Strategy, knowledge intensity and export performance of small and medium sized enterprises*. Journal of World Business 40 (2005) 124-138.
- Kotler dan Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Marwasta, Jaka, Priyono Dwi K, “Analisis karakteristik permukiman desa-desa pesisir di kabupaten kulonprogo”, Jurnal Forum Geografi, Vol. 21, No. 1, Juli 2007: 57 – 68
- Purwandari, Putri E, Arymurti Murni A, “Analisis topologi dan populasi penduduk pemukiman miskin menggunakan teknologi remote sensing”, Journal of Information Systems, Volume 6, Issues 1, April 2010

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
MATERI PELATIHAN

Materi pelatihan

IbM Produk Kerajinan di Pulau Komodo

**“Pemanfaatan web untuk penjualan
produk kerajinan (komodo souvenir)”**

Oleh

Ahmat Adil

Bambang Krismono

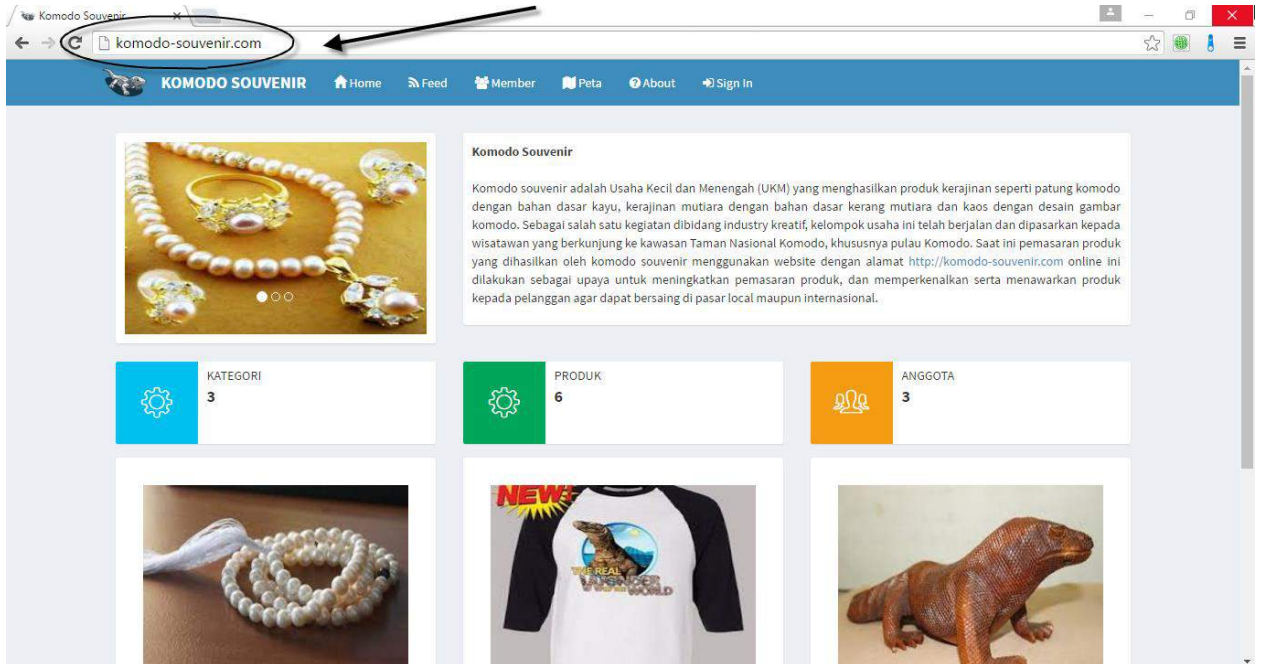
(Pengabdian Kepada Masyarakat, dibiayai oleh DP2M

DIKTI Tahun anggaran 2016)

Komodo, 7-9 Juli 2016

1. Membuka website

Untuk memulai menggunakan website, ketik <http://komodo-souvenir.com>, seperti tampilan pada gambar berikut.



2. Mendaftar sebagai anggota

Untuk dapat memanfaatkan web online ini, semua anggota kelompok harus mendaftarkan diri dengan memanfaatkan form register, seperti pada berikut. Setiap anggota wajib mengisi identitas seperti nama, upload foto, nomor kontak, dan menuliskan username dan password. Untuk dapat memanfaatkan pemasaran produk melalui fasilitas web online seperti gambar produk, harga produk dan diskripsi produk, maka semua anggota kelompok mengisi form register. Dan untuk dapat masuk ke halaman akses anggota wajib mengisi account number (user name dan password) seperti pada berikut.

The image shows a 'Register' form with the following fields and icons:

- Nama: User icon
- Browse... No file selected.: File upload icon
- Username: User icon
- Password: Lock icon
- Email: Envelope icon
- No.Telp: Phone icon
- Whatsapp: WhatsApp icon
- PIN BBM: BBM icon
- Alamat: Location pin icon

3. login sebagai anggota

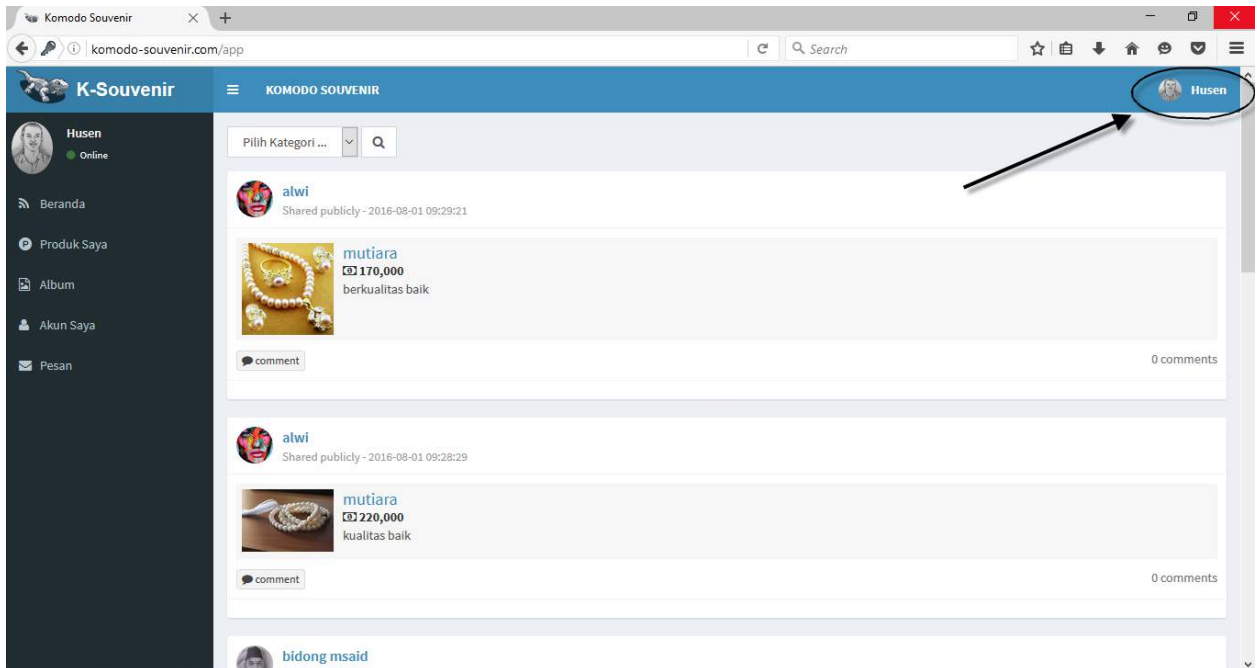
Setelah mendaftar, melalui form register, anggota kelompok dapat memanfaatkan fasilitas untuk mengupload produk dengan terlebih dahulu melakukan login seperti pada web form 5.8. berikut :

The image shows a 'Login' form with the following fields and elements:

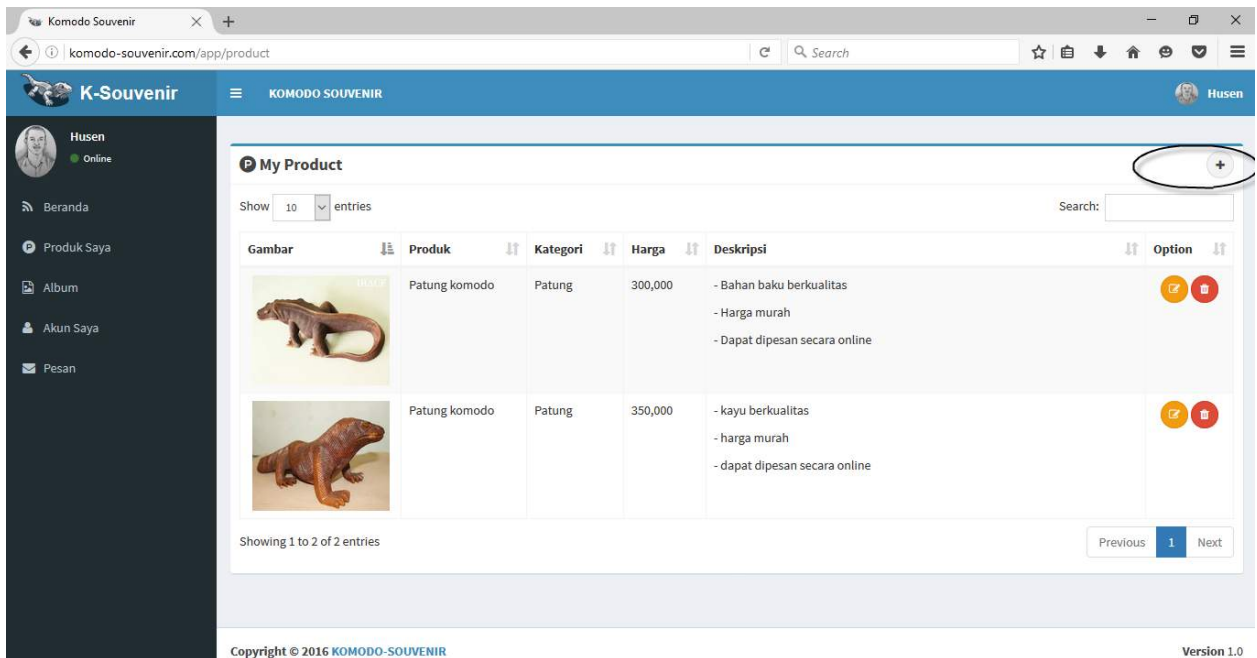
- Username: Husen, User icon
- Password: Masked with dots, Lock icon
- SIGN IN: Blue button

4. Halaman anggota


Setelah login dengan user name dan password benar, maka akan tampil form seperti berikt.

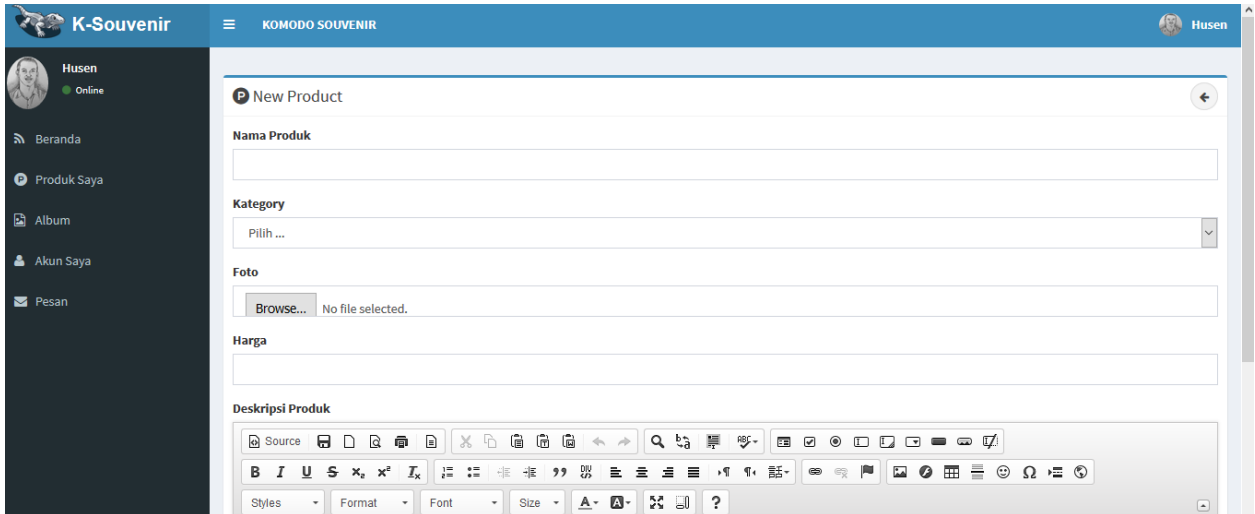


Pada halaman anggota, anggota dapat memanfaatkan web untuk mengupload produk dengan memilih *produk saya*, maka akan tampil form seperti berikut :





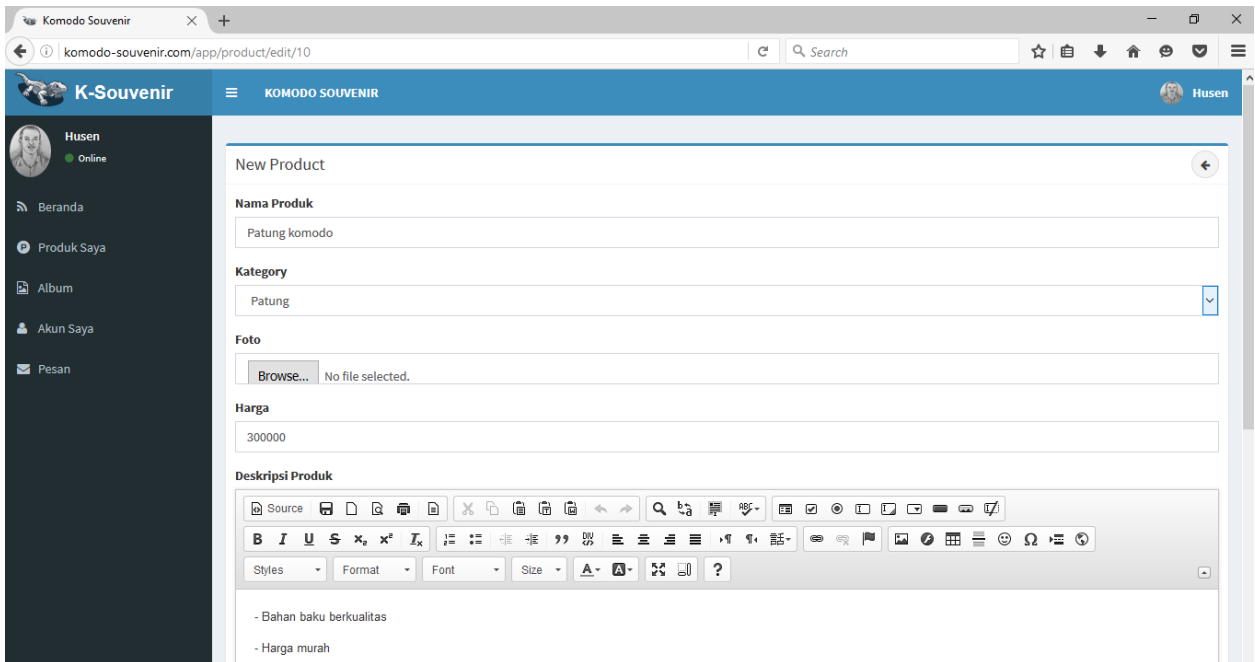
Pada form diatas, anggota dapat menambah. Mengedit dan menghapus produk. Untuk

menambah produk, pilih tanda  , maka akan tampil form untuk mengupload produk baru seperti gambar berikut :



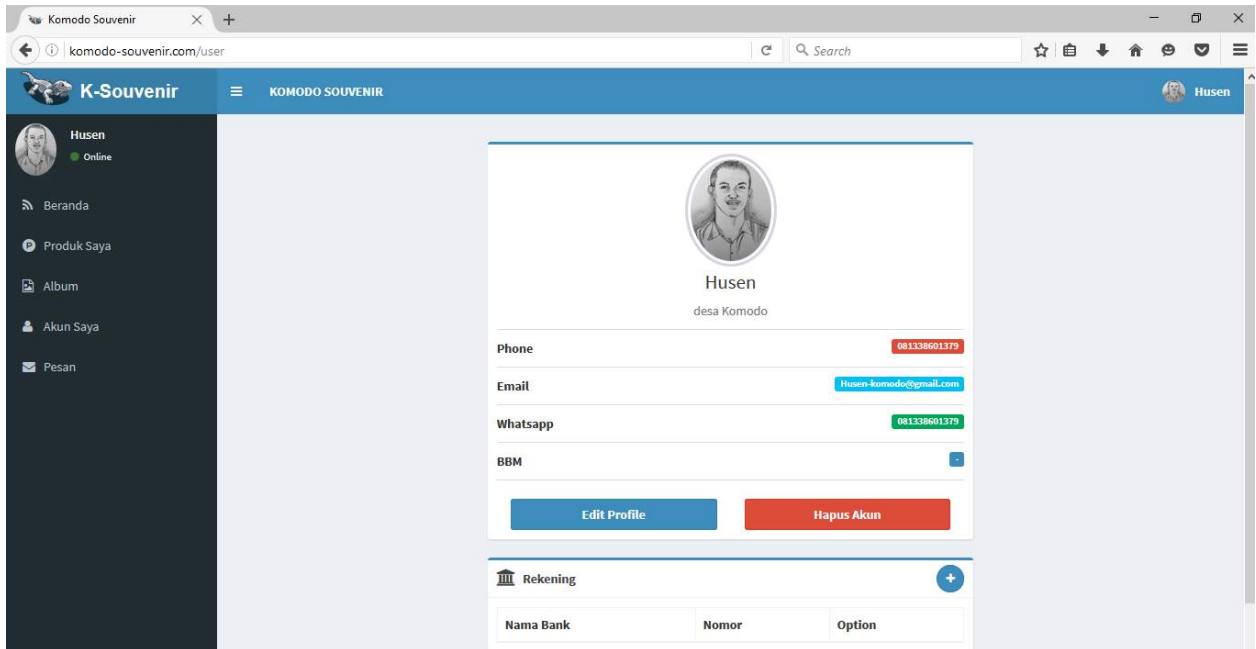
Selanjutnya tulis nama produk, → pilih kategori → pilih gambar produk → tulis harga produk → dan diskripsikan produk.

sedangkan untuk mengedit dan menghapus produk, pilih  , maka tampil form seperti gambar berikut :



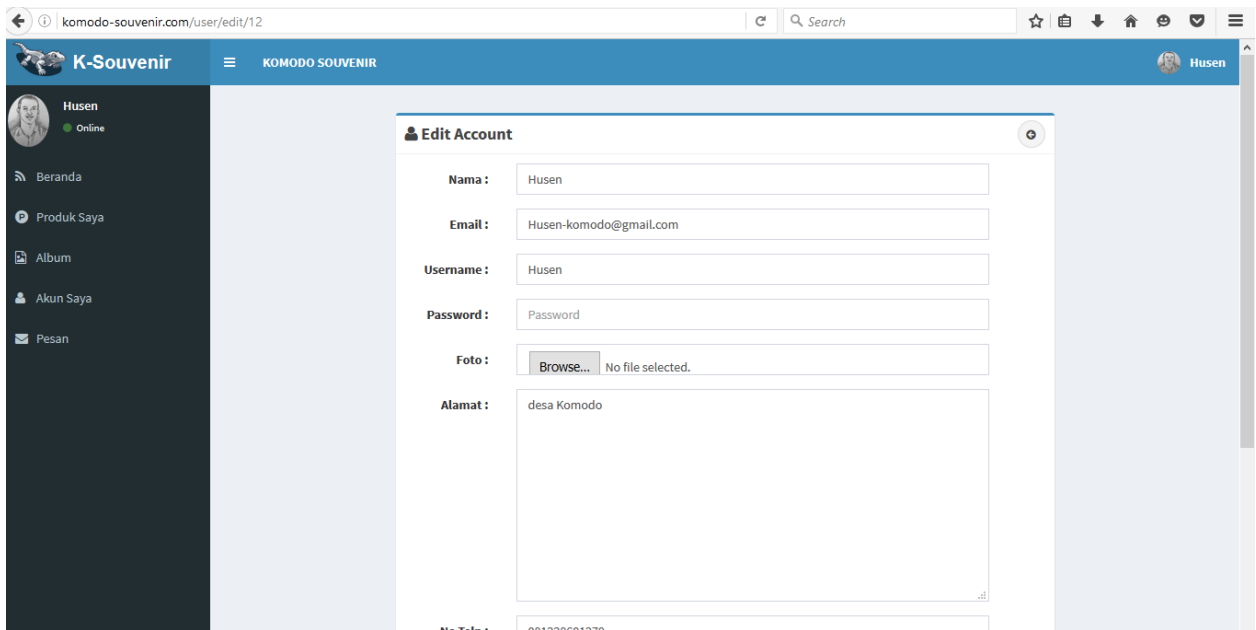
Setelah selesai menedit data produk → pilih simpan, maka data produk sudah diganti dengan yang baru.

Anggota juga dapat melihat akaun, merubah dan menggtati akun dengan memilih menu aku saya, maka akan tampil form seperti pada gambar berikut.




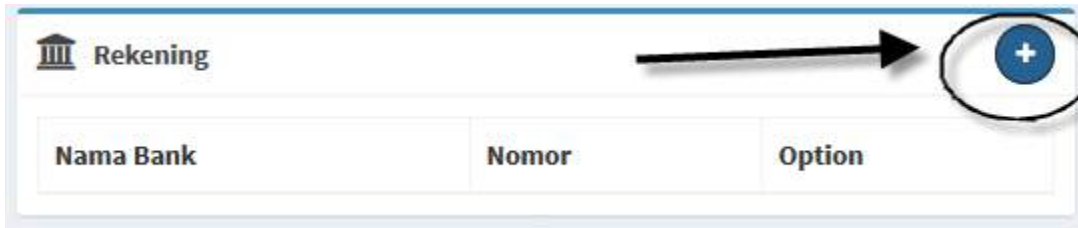
Edit account

Jika anggota ingin merubah data account maka → pilih edit profil, maka akan tampil form seperti berikut. Anggota dapat meruha nama account, passwoed dan alamat.

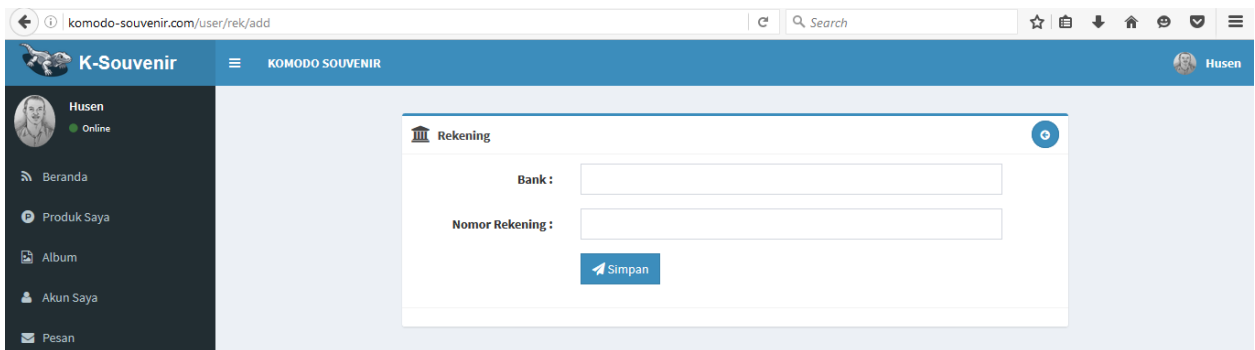


Tambah nomor rekenig

Untuk memasukkan nomor rekening, maka anggota dapat milih tombol  seperti gambar berikut.

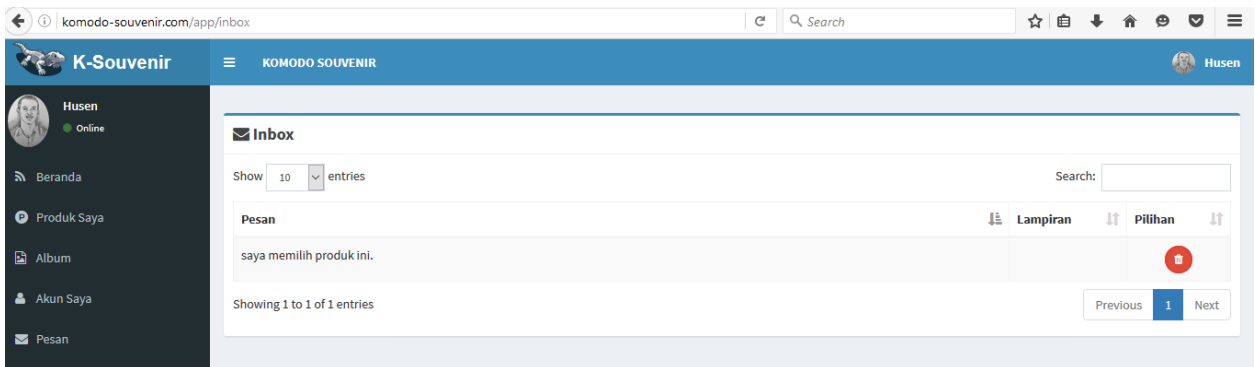


Hasil klik tombol tambah diatas maka form tambah nomor rekening akan tampil seperti berikut.



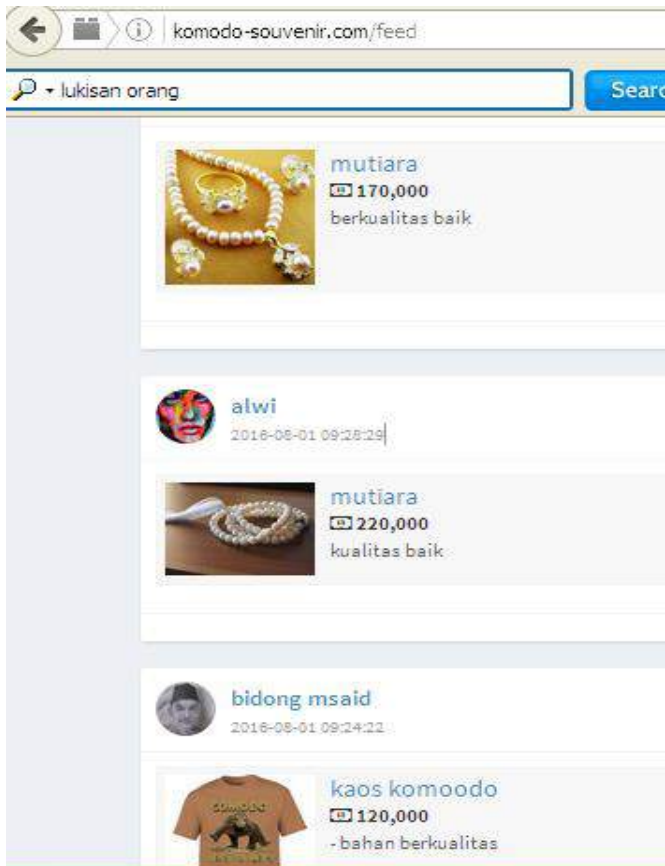
Melihat pesan

Anggota juga dapat melihat pesan yang diterima dari pelanggan yang juga bias memalui email seperi pada gambar berikut :



Halaman User

Hasil produk yang diupload dapat dilihat dengan menggunakan memilih menu feed, maka akan tampil informasi produk yang telah diaupload seperti pada form berikut. Pada form berikut menampilkan gambar produk, nama produk, harga produk dan diskripsi produk.



Untuk dapat menampilkan detail dari produk, maka dapat memilih dengan mengklik gambar produk atau nama produk, yang hasilnya akan menampilkan ukuran gambar produk lebih besar, seperti gambar berikut.



User memilih dan memesan barang


Pilih barang dengan klik gambar atau nama barang

Komodo Souvenir x Google x Downloads x 1244.mp4 | openload x

komodo-souvenir.com/feed/detail/14

KOMODO SOUVENIR Home Feed Member Peta About Sign In

alwi
Shared publicly - 2016-08-01 09:29:21



mutiara 170,000
berkualitas baik

Kirim pesan ke email pemilik produk :

Foto Ketiatan








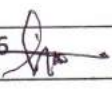



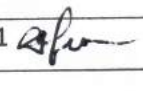

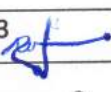
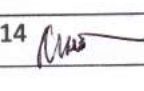
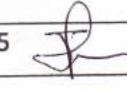






**DAFTAR HADIR PESERTA PELATIHAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
"IBM PRODUK PERAJINAN DI TAMAN NASIONAL KOMODO"**

TANGGAL : 8 JULI 2016

No	Nama Peserta	Nama UKM	TTD
1	Bidung M Said	Komodo Souvenir	1 
2	Alvin		2 
3	Husein	Komodo Souvenir	3 
4	Sunnarlin	Kotjo Handicraf	4 
5	Saleh	Komodo Souvenir	5 
6	Hannur	—————	6 
7	Adis	—————	7 
8	Hulan	—————	8 
9	Melhamat	Komodo S.	9 AA
10	Dedi	—————	10 
11	Abdullah	—————	11 
12	Talib	—————	12 
13	Junaidius	—————	13 
14	Firman	—————	14 
15	Samrang	—————	15 

Pulau komodo, 8 juli 2016

Instruktur



Ahmat Adil

**DAFTAR HADIR PESERTA PELATIHAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
"IBM PRODUK PERAJINAN DI TAMAN NASIONAL KOMODO"**

TANGGAL : 9 JULI 2016

No	Nama Peserta	Nama UKM	TTD
1	Budjaya Msa'id	Komodo Souvenir	1
2	Alwi	Komodo Souvenir	2
3	Husen	Komodo Souvenir	3
4	Somarlin	Bajo H.	4
5	Haman	Komodo Souvenir	5
6	Saleh	"	6
7	udin	"	7
8	hwan	"	8
9	Dedi	"	9
10	Mulhammad	"	10
11	Taleb	"	11
12	Abdullah	"	12
13	Surang	"	13
14	Fi Man	"	14
15	Muaidin	"	15

Pulau komodo, 9 juli 2016

Instruktur

Ahmat Adil