

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**REKAYASA E-MARKET UNTUK KELOMPOK
USAHA PEMUDA BINAAN DINAS PEMUDA DAN
OLAHRAGA PROPINSI JAWA TENGAH SEBAGAI
UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DAN
PENJUALAN PRODUK UMKM**

TIM PENGUSUL

AJIB SUSANTO, S.Kom., M.Kom	0615127404
WIJANARTO, S.Sos., M.Kom.	0628027003
IBNU UTOMO WM, S.Kom, M.Kom	0613127803

**UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
DESEMBER 2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : REKAYASA E-MARKET UNTUK KELOMPOK USAHA PEMUDA BINAAN DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA PROPINSI JAWA TENGAH SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK UMKM

Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : AJIB SUSANTO M.Kom.
NIDN : 0615127404
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Teknik Informatika
Nomor HP : 0818455527
Surel (e-mail) : ajibsusanto@gmail.com

Anggota Peneliti (1)
Nama Lengkap : WIJANARTO M.Kom
NIDN : 0628027003
Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro

Anggota Peneliti (2)
Nama Lengkap : IBNU UTOMO WAHYU MULYONO S.KOM, M.KOM
NIDN : 0613127803
Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro

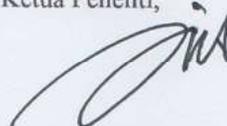
Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra :
Alamat :
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 14.000.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp. 14.998.000,00



Mengetahui
Dekan/Ketua

(Dr. Abdul Syukur)
NIP/NIK 0686. 1L1992.017

Semarang, 12 - 12 - 2014,
Ketua Peneliti,


(AJIB SUSANTO M.Kom.)
NIP/NIK0686.11.2000.253

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian



(Dr. Y. Tyas Catur P., S.Si, M.Kom)
NIP/NIK 0686.11.1994.046

RINGKASAN

Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai salah satu instansi pemerintah yang menangani kepemudaan mempunyai kegiatan untuk kepemudaan adalah membina kelompok usaha pemuda untuk mengembangkan usaha yang sudah dirintis, melakukan pendampingan, pelatihan dan bantuan modal. Kelompok usaha pemuda dalam proses pemasaran dan penjualan produk yang dihasilkan masih secara konvensional dengan membuka toko dan menunggu kunjungan langsung dari pembeli, mengikuti pameran-pameran atau expo yang dilakukan Dinpora Jateng, brosur dan *broadcast* pesan melalui BBM (*blackberry messenger*), hal tersebut mengakibatkan kurang optimalnya penyampaian informasi karena promosi yang dilakukan tidak menjangkau masyarakat yang berada jauh dari lokasi galeri pameran/toko mereka. Kesulitan lain yang dihadapi adalah ketika akan mempromosikan produk/jasa yang dimiliki ke internet mereka harus *mem-posting* berulang di berbagai media sosial dan jejaring sosial tidak dapat dilakukan dalam sekali *posting* sehingga membutuhkan fasilitas/tempat di internet berupa *e-market* yang dapat memfasilitasi untuk sekali *posting* dapat tampil di media sosial dan jejaring sosial karena semakin banyak kegiatan periklanan yang dilaksanakan maka informasi yang diberikan kepada konsumen akan semakin baik dan mudah diingat sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk.

Tujuan dalam penelitian yang akan di capai adalah menghasilkan aplikasi *e-market online* untuk kelompok pemuda binaan Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan produk UMKM yang dihasilkan dengan konsep CMS (*Content Management System*) yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di *facebook, twitter, blog, google+* serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (*search engine optimization*) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena *page range* akan naik di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya

Metode pengembangan aplikasi *e-market online* untuk kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah pada penelitian ini menggunakan metode rekayasa web (*Web Engineering*) yang meliputi tahap : *customer communication, planning, modeling, construction* dan *delivery & feedback*. Untuk pemodelan sistem menggunakan UML (*unified modeling language*) yang terdiri dari rancangan model proses bisnis, *use case diagram, use case narrative, sequential diagram, activity diagram, class diagram*, dan pemodelan database.

Penelitian ini diharapkan menghasilkan aplikasi *e-market online* yang dapat digunakan kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah untuk tempat mengelola produk, memasarkan produk dan penjualan produk secara *online* sehingga dapat mengenalkan produk secara luas sehingga mampu meningkatkan penjualan produknya.

PRAKATA

Dengan selesainya pembuatan laporan kemajuan penelitian dosen pemula ini, penulis bersyukur kehadiran Allah SWT. Laporan kemajuan penelitian ini merupakan kegiatan lanjutan dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dalam rangka membangun e-market untuk kelompok pemuda binaan Dinpora Provinsi Jawa Tengah yang belum memiliki wadah untuk penjualan dan pemasaran produknya.

Aplikasi *e-market* yang dikembangkan akan memberikan layanan kepada kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di *facebook, twitter, blog, google+* serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (*search engine optimization*) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena *page range* akan naik di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya

Tentu saja, capaian ini bukan merupakan akhir dari kegiatan, pengujian dan penyempurnaan model akan secara berkelanjutan akan terus dilakukan oleh penulis guna mencapai suatu titik ideal. Dengan menyebarkan informasi penelitian melalui jurnal atau prosiding, penulis berharap akan mendapatkan masukan yang lebih baik kedepannya, selain itu baik model maupun alat hasil berupa *e-market* akan di lakukan penyempurnaan hingga mendapatkan bentuk yang mudah di pakai dan di pahami oleh pemakai awal.

Akhirnya, penulis tidak lupa juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan ini, terutama kelompok pemuda binaan Dinpora dan Bidang Kepemudaan Dinpora Provinsi Jawa Tengah yang terlibat dalam proyek ini. Tak lupa rekan dosen dan segenap jajaran struktural di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro yang sangat mendukung kegiatan ini, penulis ingin menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya.

Semarang, Nopember 2014

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Rumusan Masalah.....	3
1.2. Batasan Masalah.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. E-Market	5
2.2. E-Commerce	5
2.3. E-Marketing	9
2.4. CMS (<i>Content Management System</i>).....	10
2.5. Usaha Kecil dan Menengah	11
2.6. Framework	12
2.7. 8C Framework	13
2.8. SEO (<i>Search Engine Optimization</i>)	13
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	14
3.1 Tujuan Penelitian	14
3.2 Manfaat Penelitian	14
3.3 Luaran Penelitian	14
3.4 Kontribusi Penelitian.....	15
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	16
BAB 5 HASIL YANG DICAPAI	20
5.1 Komunikasi dengan Pengguna	20
5.2 Analisis	21
5.3 Perancangan	23
5.4 Implementasi	24
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	35
6.1 Kesimpulan	35
6.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	37
Lampiran 1. Biodata Peneliti	37
Lampiran 2. Prosiding	50
Lampiran 3. Bukti Pendaftaran HAKI	51
Lampiran 4. Uraian Penggunaan Dana	52
Lampiran 5. Draf Jurnal Techno.com edisi Pebruari 2015	55
Lampiran 6. Tutorial Penggunaan Aplikasi	60

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Identifikasi Pelaku Bisnis	20
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Mekanisme kerja e-commerce	7
Gambar 2.2 Model MVC	13
Gambar 4.1 Tahapan Rekayasa Web	16
Gambar 5.1 Model Proses Bisnis <i>E-Market</i> Pemuda Jateng.....	21
Gambar 5.2 <i>Ucase diagram e-market</i> Pemuda Jateng	22
Gambar 5.3 <i>Sequence diagram e-market</i> Pemuda Jateng.....	22
Gambar 5.4 Navigasi <i>e-Market</i> Pemuda Jateng	23
Gambar 5.5 Relasi Tabel	23
Gambar 5.6 Halaman depan e-pemudajateng.net	24
Gambar 5.7 Halaman login pengguna.....	24
Gambar 5.8 Halaman Belanja Produk	25
Gambar 5.9 Halaman Toko	25
Gambar 5.10 Bagi Produk di Media Sosial dan Jejaring Sosial	26
Gambar 5.11 Halaman Pembelian Produk	26
Gambar 5.12 Halaman Daftar Belanja	27
Gambar 5.13 Halaman Login Untuk menyelesaikan pembelian	27
Gambar 5.14 Halaman Informasi Data Konsumen	28
Gambar 5.15 Halaman Informasi Alamat Pengiriman Barang	28
Gambar 5.16 Halaman Pilihan Kurir untuk Pengiriman Barang	29
Gambar 5.17 Halaman Pilihan Metode Pembayaran	29
Gambar 5.18 Halaman Halaman Ringkasan Pembelian	30
Gambar 5.19 Halaman Login Admin.....	30
Gambar 5.20 Halaman Dasbor Utama Halaman Admin.....	31
Gambar 5.21 Halaman Halaman Katalog Produk.....	31
Gambar 5.22 Halaman Halaman Tambah Produk	32
Gambar 5.23 Halaman Daftar Penjualan	32
Gambar 5.24 Halaman Daftar Pelanggan.....	33
Gambar 5.25 Halaman Daftar Kurir.....	33
Gambar 5.26 Halaman Metode Pembayaran	34
Gambar 5.27 Halaman Statistik	34

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sistem perdagangan, transaksi dan peredaran uang selama ini. Sebelumnya, transaksi secara tradisional dilakukan dari tangan ke tangan secara langsung, antara pembeli dan penjual bertatap muka, melakukan persetujuan dan akhirnya terjadi kesepakatan. Namun kini, dengan adanya perkembangan teknologi internet yang menjadi unggulan bagi para pebisnis dalam usaha memenangkan persaingan bisnis (Saragih, Ramdhany, 2012), semua keterbatasan sarana, jarak, dan waktu transaksi dapat teratasi dengan mudah. Hanya dengan klik pelanggan bisa mendapatkan barang yang diinginkan, bisa mengetahui apa saja yang diinginkan dan dapat melakukan transaksi dengan siapa saja tanpa dibatasi waktu dan jarak. Kemudahan inilah yang menjadi faktor utama berkembangnya *e-commerce*, *e-commerce* sebagai suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Seperti halnya internet, di manapun dan siapapun dapat melakukan aktivitas apapun termasuk aktivitas ekonomi sehingga *e-commerce* dengan penggunaan internet memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, iklim terciptanya aktivitas *e-commerce* didukung oleh ketersediaan infrastruktur, konektivitas, dominasi aktivitas masyarakat secara umum serta layanan *e-commerce* yang tersedia (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2012).

Berdasarkan ukuran populasi, Indonesia memiliki lingkungan yang ideal untuk perkembangan kegiatan *e-Commerce*. Dengan basis pengguna internet sekitar 55 juta jiwa (Internet Worldstats, 2012), Indonesia menyumbang sekitar 5,1% dari populasi online di seluruh Asia. Bahkan pada ukuran ini, penetrasi internet di Indonesia sebesar 22,1% masih di bawah tingkat penetrasi internet di kawasan Asia yang rata-rata pada angka 27,5% yang merupakan pasar potensial untuk perdagangan barang dan jasa secara online (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2012).

Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai salah satu instansi pemerintah yang menangani kepemudaan mempunyai kegiatan untuk kepemudaan adalah membina kelompok usaha pemuda untuk mengembangkan usaha yang sudah dirintis, melakukan pendampingan, pelatihan dan bantuan modal. Dari hasil wawancara singkat dengan peserta pelatihan *online store* yang dilakukan oleh Dinpora Jateng selama ini proses pemasaran dan penjualan produk yang dihasilkan kelompok pemuda dari 41 peserta hanya 1 peserta atau 2% yang memiliki toko online, sedangkan 40 peserta atau 98% masih secara konvensional dengan membuka toko dan menunggu kunjungan langsung dari pembeli, hal ini mengakibatkan pertumbuhan usaha yang lambat.

Kelompok usaha pemuda dalam mempromosikan dan memasarkan produknya hanya melalui pameran – pameran atau expo yang dilakukan Dinpora Jateng, brosur dan *broadcast* pesan melalui BBM (*blackberry messenger*). Hal tersebut mengakibatkan kurang optimalnya penyampaian informasi karena promosi yang dilakukan tidak menjangkau masyarakat yang berada jauh dari lokasi galeri pameran/toko mereka. Kesulitan lain yang dihadapi adalah ketika akan mempromosikan produk/jasa yang dimiliki ke internet mereka harus *posting* berulang di berbagai media sosial dan jejaring sosial tidak dapat dilakukan dalam sekali *posting* sehingga membutuhkan fasilitas/tempat di internet berupa *e-market* yang dapat memfasilitasi untuk sekali *posting* dapat tampil di media sosial dan jejaring sosial karena semakin banyak kegiatan periklanan yang dilaksanakan maka informasi yang diberikan kepada konsumen akan semakin baik dan mudah diingat (Mujiyana, Ingge Elissa, 2013) sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk.

Dengan makin tingginya faktor persaingan dan mahalnnya proses *marketing* secara manual, maka dibutuhkan penawaran penjualan secara *online* dan produk yang dibeli dapat dikirim sehingga pelanggan tidak perlu lagi datang ke toko setiap akan melakukan pembelian, selain itu pelanggan dapat melakukan perbandingan produk yang diinginkan beserta harga produk tersebut.

Berdasarkan kondisi di atas peneliti perlu melakukan penelitian untuk mengembangkan *e-market* atau *e-marketplace* yaitu suatu tempat atau arena di dunia maya dimana calon pembeli saling bertemu untuk melakukan transaksi

secara elektronik melalui medium internet (Indrajit, 2001) dengan konsep CMS (*content management system*) (Ann Rockley, Pamela Kostur, Steve Manning, 2003) untuk memberikan layanan kepada kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di *facebook* yang menduduki tempat pertama untuk pembelian barang secara *online* (Veritran, DailySocial, 2012), *twitter*, *blog*, *google+* serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (*search engine optimization*) (Kent, Peter. 2006) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena *page range* akan naik di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang sebelumnya, maka masalah yang di hadapi dan akan di angkat dalam penelitian terdiri dari :

1. Bagaimana membangun *e-market* untuk kelompok pemuda binaan Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan produk UMKM ?
2. Bagaimana membuat model pemasaran di internet / *e-marketing* untuk mendukung penjualan produk UMKM?

1.3. Batasan Masalah

Ada beberapa batasan dalam rangka menyelesaikan masalah yang di kemukakan di atas, diantaranya adalah :

1. Pengembangan aplikasi *e-market* ini berbasis web dan bersifat online.
2. Aplikasi *e-market* menggunakan konsep CMS (*content management system*).
3. Aplikasi *e-market* ini terdapat 4 kategori pengguna, yaitu :
 - a. User biasa (pengunjung web)
 - b. Pelanggan (*Customer*)
 - c. Toko (*Seller*)
 - d. Admin (*Administrator*)

4. Aplikasi *e-market* ini akan memberikan layanan kepada kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di *facebook*, *twitter*, *blog*, *google+* serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (*search engine optimization*) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena *page range* akan naik di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *E-Market*

E-market didefinisikan sebagai suatu tempat atau arena di dunia maya dimana calon pembeli saling bertemu untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui medium internet. Sebenarnya *e-market* adalah salah satu bentuk dari *e-commerce* (Indrajit, 2001).

E-Market atau *E-Marketplace* sebuah pasar atau arena perdagangan tersendiri (beberapa praktisi manajemen menyebutnya sebagai *Marketspace*). Sebagaimana pasar dalam pengertian konvensional, yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli, di dalam *e-Marketplace* berinteraksi pula berbagai perusahaan-perusahaan di dunia tanpa dibatasi oleh teritori ruang (geografis) maupun waktu. Beragam produk dan jasa dalam berbagai bentuknya dicoba ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan yang telah “*go internet*” ini dalam berbagai domain industri, sehingga menghasilkan suatu nilai dan volume perdagangan yang tidak kalah besar dari pasar konvensional (Indrajit, 2002).

2.2. *E-Commerce*

2.2.1 Definisi *E-commerce*

Definisi dari *e-commerce* sangat beragam, tergantung dari pemanfaatannya. *Association for Electronic Commerce* secara sederhana mendefinisikan *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. Kemudian *commerceNet*, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi lain, yaitu penggunaan jejaring komputer sebagai sarana penciptaan bisnis. Tidak cukup dengan hal tersebut, *commerceNet* menambahkan bahwa dalam *e-commerce* terjadi proses jual beli jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak dalam suatu perusahaan dengan menggunakan internet.

Sementara Amir Hartman dalam bukunya “*Net-Ready*” (Hartman, 2000) secara terperinci menjelaskan *e-commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis

individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*B-to-B*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*B-to-C*) (Indrajit, 2001).

Di luar semua definisi diatas, *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik antara lain:

- a. Terjadi transaksi antara dua belah pihak;
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi;
- c. Internet merupakan medium dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia berinteraksi dengan lingkungannya, terutama dalam mekanisme perdagangan.

Pada dasarnya dalam dunia bisnis yang biasa terjalin oleh sebuah perusahaan terdapat 4 jenis relasi di dalamnya (Fingar, 2000), yaitu:

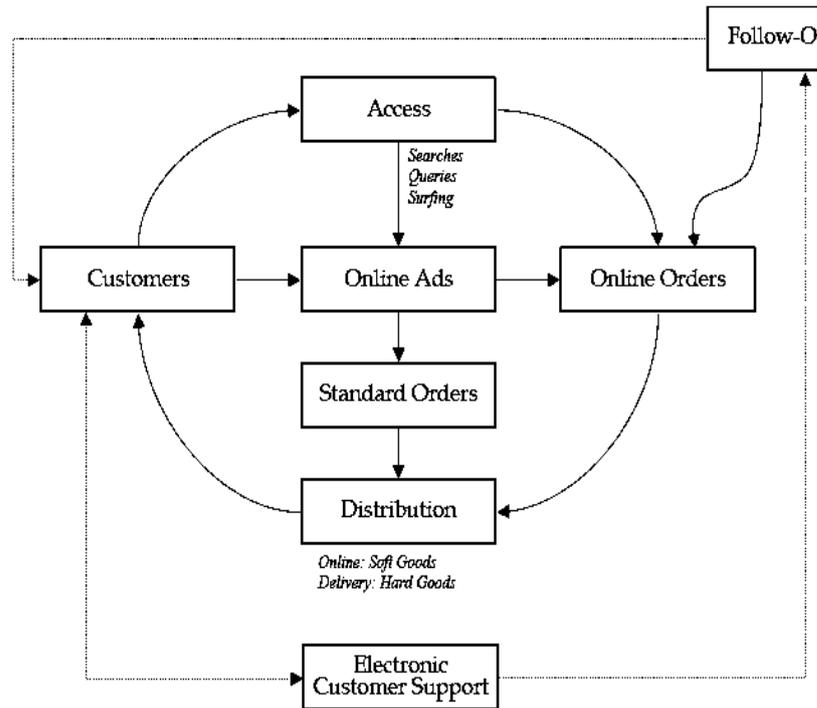
- a. Relasi dengan pemasok (Supplier);
- b. Relasi dengan distributor;
- c. Relasi dengan rekanan (Partner);
- d. Relasi dengan konsumen (Customer). (Indrajit, 2001)

2.2.2 Mekanisme *E-commerce* dalam Dunia Bisnis

Sebenarnya *e-commerce* sama dengan perdagangan atau bisnis yang biasanya dijalankan. Perbedaannya terletak pada keterlibatan teknologi komputer dan telekomunikasi secara intensif sebagai sarana untuk melakukan dua hal utama (Kosiur, 1997):

1. Mengelola data mentah menjadi informasi yang dapat dimanfaatkan bersama oleh para pelaku bisnis dan konsumen;
2. Mendistribusikan data atau informasi tersebut secara cepat dan efisien ke seluruh komponen bisnis yang membutuhkan.

Dari beragam jenis *e-commerce* yang ada, secara prinsip mekanisme kerjanya kurang lebih sama, seperti pada gambar di bawah ini (David Kosiur, 1997):



Gambar 2.1 : Mekanisme kerja e-commerce (Indrajit, 2001)

Ada dua hal yang biasa dilakukan oleh konsumen di dunia maya. Pertama, melihat produk atau jasa – jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui *website*-nya. Kedua, mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi bisnis atau dagang yang akan dilakukan.

Jika konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan dua cara. Cara pertama, secara konvensional (*standard orders*) seperti yang selama ini dilakukan, baik melalui faks, telepon, atau langsung datang ke tempat penjualan produk atau jasa tersebut. Cara kedua adalah melakukan pemesanan secara elektronik, yaitu dengan menggunakan perangkat komputer yang terhubung dengan internet.

Secara strategis, terdapat tiga domain besar yang membentuk komunitas *e-commerce*, yaitu: proses, institusi, dan teknologi.

Elemen pertama adalah “proses”. Proses yang berkaitan dengan produk atau jasa fisik, biasanya akan melalui rantai nilai (*value chain*) seperti yang diperkenalkan oleh Michael Porter:

1. Proses utama terdiri dari: *inbound logistics, production, outbound logistics and distribution, sales and marketing*, dan *services*;

2. Proses penunjang terdiri dari: *procurement*, *firm infrastructure*, dan *technology*.
3. Proses yang melibatkan produk atau jasa digital, akan mengikuti rantai nilai virtual (*virtual value chain*) seperti yang diperkenalkan oleh Indrajit Singha, yang meliputi rangkaian aktivitas: *gathering*, *organizing*, *selecting*, *synthesizing*, dan *distributing*.

Elemen kedua adalah “institusi”. Salah satu prinsip yang dipegang dalam *e-commerce* adalah diterapkannya asas jejaring, dimana dikatakan bahwa untuk sukses, sebuah perusahaan harus bekerja sama dengan berbagai institusi – institusi yang ada. Sebuah perusahaan dotcom misalnya, dalam menjalankan prinsip – prinsip perdagangan elektronik harus berkerja sama dengan pemasok (*supplier*), pemilik barang (*merchant*), penyedia jasa pembayaran (bank), bahkan konsumen (*customers*). Kerjasama yang dimaksud di sini akan mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi yang diinginkan dengan cara melakukannya secara otomatis (melibatkan teknologi komputer dan telekomunikasi).

Elemen ketiga adalah “teknologi informasi”. Pada akhirnya secara operasional, faktor infrastuktur teknologi akan sangat menentukan tingkat kinerja bisnis *e-commerce* yang diinginkan. Ada tiga jenis “tulang punggung” teknologi informasi yang biasanya dipergunakan dalam konteks perdagangan elektronik: intranet, ekstranet, internet. Intranet merupakan infrastruktur teknologi informasi yang merupakan pengembangan dari teknologi informasi yang merupakan pengembangan dari teknologi lama semacam LAN (*Local Area Network*) dan WAN (*Wide Area Network*). Prinsip dari intranet adalah dihubungkannya setiap sumber daya manusia (manajemen, staf, dan karyawan) di dalam sebuah perusahaan. Dengan adanya jalur komunikasi yang efisien (secara elektronik), diharapkan proses kolaborasi dan kooperasi dapat dilakukan secara efektif, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan dalam pengambilan keputusan. Setelah sistem intranet terinstalasi dengan baik, infrastuktur berikut yang dapat dibangun adalah ekstranet. Ekstranet merupakan penggabungan antara dua intranet atau lebih karena adanya hubungan kerja sama bisnis antara dua atau lebih lembaga. Contohnya adalah perusahaan yang membangun “interface” dengan sistem perusahaan rekanannya (pemasok, distributor, agen, dsb). Format ekstranet ini

merupakan cikal bakal terjadinya *e-commerce B – to – B (Business – to – Business)*. Infrastruktur terakhir yang dewasa ini menjadi primadona dalam perdagangan elektronik adalah menghubungkan sistem yang ada dengan “*public domain*”, yaitu internet. Internet adalah gerbang masuk ke dunia maya, dimana produsen dapat dengan mudah menjalin hubungan langsung dengan seluruh calon pelanggannya di seluruh dunia. Disinilah tipe perdagangan *e-commerce B-to-C (Business-to-Consumers)* dan *C-to-C (Consumers-to-Consumers)* dapat diimplementasikan secara penuh.

2.3. E-Marketing

E-Marketing adalah sisi pemasaran dari *E-Commerce*, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet (Armstrong and Kottler, 2004:74).

Menurut *American Marketing Association* yang dikutip oleh Kleindl dan Burrow (2005) marketing adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

Saat ini marketing telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Aktivitas marketing menjadi lebih luas dengan adanya internet. Penggunaan internet dan fasilitas yang ada di dalam internet untuk melakukan aktivitas marketing dikenal sebagai *e-marketing*.

Menurut Boone dan Kurtz (2005) *e-marketing* adalah salah satu komponen dalam *e-commerce* dengan kepentingan khusus oleh *marketer*, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain.

Sedangkan menurut Strauss dan Frost *e-marketing* adalah penggunaan data dan aplikasi elektronik untuk perencanaan dan pelaksanaan konsep, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

2.4. CMS (*Content Management System*)

Sistem manajemen konten atau *Content Management System* disingkat CMS (Ann Rockley, Pamela Kostur, Steve Manning, 2003), adalah perangkat lunak yang memungkinkan seseorang untuk menambahkan dan/atau memanipulasi (mengubah) isi dari suatu situs web. Umumnya, sebuah CMS (*Content Management System*) terdiri dari dua elemen:

- a. aplikasi manajemen isi (*Content Management Application, CMA*)
- b. aplikasi pengiriman isi (*Content Delivery Application, CDA*)

Elemen CMA memungkinkan pengelola konten yang mungkin tidak memiliki pengetahuan mengenai HTML untuk mengelola pembuatan, pengubahan, dan penghapusan isi dari suatu situs web tanpa perlu memiliki keahlian sebagai seorang *webmaster*. Elemen CDA menggunakan dan menghimpun informasi-informasi yang sebelumnya telah ditambah, dikurangi atau diubah oleh pemilik situs web untuk memperbaharui situs web tersebut. Kemampuan atau fitur dari sebuah sistem CMS berbeda-beda. Walaupun begitu, kebanyakan dari perangkat lunak ini memiliki fitur publikasi berbasis *Web*, manajemen format, kontrol revisi, pembuatan indeks, pencarian, dan pengarsipan.

CMS merupakan situs web yang menerapkan sistem ini berorientasi terhadap konten. Sudah bukan merupakan kendala yang berarti bagi manajemen atau humas suatu perusahaan/institusi/organisasi untuk memperbaharui situs webnya. Dengan hak akses dan otoritas masing-masing, setiap bagian dari perusahaan/institusi/organisasi dapat memberikan kontribusinya kedalam website tanpa prosedur yang sulit.

Pada umumnya sebuah CMS memiliki 2 bagian kategori yaitu bagian *Front-end* dan *Back-end*. Kecanggihan dan fitur masing-masing CMS bergantung pada CMS yang digunakan. Penggunaan sistem hirarki pengguna yang diterapkan CMS dalam hak aksesnya pun sangat bervariasi sesuai CMS masing-masing. Mulai dari level akses user anggota yang hanya dapat mengirimkan data tertentu berupa komentar, kemudian editor yang dapat mengirimkan suatu artikel/berita (untuk CMS yang menyediakan fasilitas ini), hingga level administrator yang dapat melakukan semua fitur yang ada.

2.5. Usaha Kecil dan Menengah

Di dalam Inpres nomor 9/1999 ditetapkan bahwa usaha kecil adalah suatu unit usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sedangkan menurut Inpres nomor 10/1999, usaha menengah adalah suatu unit usaha dengan nilai asset netto (diluar tanah dan gedung) antara Rp. 200 juta hingga 10 miliar, diatas itu adalah usaha besar. Biro Pusat Statistik Indonesia (BPS) mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja yaitu, 5 sampai dengan 19 orang yang terdiri dari pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik, dan pekerja keluarga. Usaha kecil yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang diklasifikasikan sebagai industri rumah tangga (*home industry*).

Peran usaha kecil dan menengah di Indonesia pada awalnya lebih dilihat sebagai sumber penting kesempatan kerja dan motor penggerak utama pembangunan ekonomi pedesaan diluar sektor pertanian. Oleh sebab itu, tidak heran jika kebijaksanaan pengembangan usaha kecil dan menengah dianggap secara tidak langsung sebagai kebijakan penciptaan kesempatan kerja, kebijakan pengentasan kemiskinan, atau kebijakan redistribusi pendapatan. Namun demikian seiring dengan masuknya era perdagangan bebas, penekanan terhadap peran usaha kecil dan menengah juga mengalami perubahan. Sekarang usaha kecil dan menengah sangat diharapkan dapat berperan seperti di negara-negara maju, yakni sebagai salah satu sumber penting peningkatan ekspor non migas.

2.6. Framework

Framework adalah sekumpulan library yang diorganisasikan pada sebuah rancangan arsitektur untuk memberikan kecepatan, ketepatan, kemudahan dan konsistensi di dalam pengembangan aplikasi dari definisi tersebut, framework mengandung unsur-unsur berikut :

- a. Library
- b. Arsitektur
- c. Metodologi (Pratama, 2012)

Framework menyediakan library yang lengkap dan terintegrasi. Unsur inilah yang paling banyak memberikan keuntungan bagi pengembang aplikasi.

Sebagai contoh, framework aplikasi web menyediakan library-library dasar berkaitan layanan web, seperti authentication, database access, html generation, template engine, session management, caching, searching, email, http, pdf, zip dan ajax. Pada hakikatnya fungsi Framework adalah untuk menyediakan sarana extension bagi library-library yang belum tersedia atau library yang perlu ditingkatkan kemampuannya.

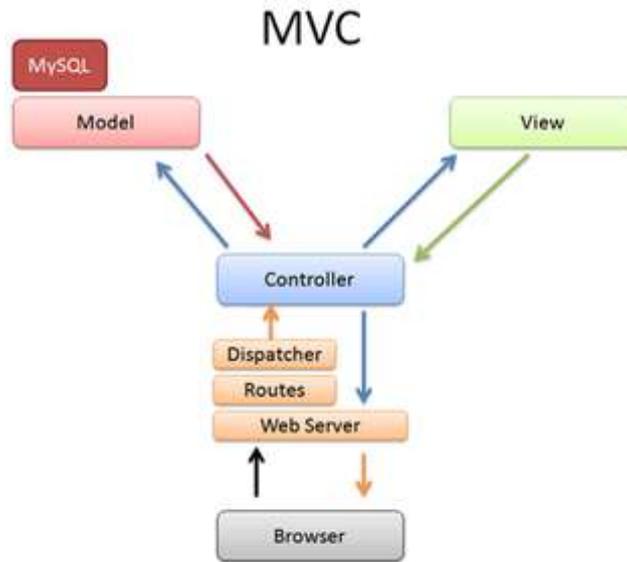
Arsitektur. Sebuah aplikasi membutuhkan rancangan bagaimana sistem dibangun, yaitu bagaimana elemen-elemen di dalam aplikasi disusun dan diintegrasikan, seperti pengorganisasian file dan library, dan bagaimana library-library digunakan. Framework menyediakan struktur aplikasi dan bagaimana interaksi di dalam struktur tersebut. MVC (*Model View Controller*) adalah salah satu pola rancangan [design pattern] yang banyak digunakan dalam arsitektur aplikasi saat ini. Jika digambarkan akan seperti berikut :

Input → Processing → Output = Controller → Model → View

Controller mencakup semua proses yang terkait dengan pemanggilan database dan kapsulisasi proses-proses utama. Jadi semisal di bagian ini ada file bernama member.php, maka semua proses yang terkait dengan member akan dikapsulisasi/dikelompokan dalam file ini.

Model mencakup semua proses yang terkait dengan pemanggilan struktur data baik berupa pemanggilan fungsi, input processing atau mencetak output ke dalam browser.

View mencakup semua proses yang terkait layout output. Bisa dibilang untuk menaruh template interface website atau aplikasi.



Gambar 2.2 : Model MVC

2.7 8C Framework

Interface atau antarmuka situs adalah suatu gambaran virtual dari suatu nilai perusahaan. Untuk merancang tampilan digunakan 8C Framework (Yang et al, 2012), yaitu cara untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan perancangan tampilan utama yang dihadapi ketika mengimplementasi model bisnis. 8C Framework adalah perubahan dengan tambahan satu unsur yang sebelumnya hanya terdapat 7C Framework dikemukakan oleh Mohammed et al pada tahun 2003. Berikut ini adalah 8C Framework : *Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection, Commerce, dan Collaboration*.

2.8 SEO (Search Engine Optimization)

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah teknik yang di gunakan untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan di mesin pencari yang sesuai dengan kata kunci yang berada di halaman website (Kent, Peter. 2006). Tujuan dari SEO adalah agar web/blog selalu berada di halaman terdepan dan teratas dari suatu *Search Engine*, sehingga selalu berada di posisi teratas, maka besar kemungkinan web/blog sering dikunjungi.

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian yang akan di capai adalah membangun aplikasi *e-market online* untuk kelompok pemuda binaan Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan produk UMKM yang dihasilkan.

3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah :

1. Mengasihkan aplikasi *e-market online* kelompok pemuda binaan Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah.
2. Aplikasi *e-market* ini akan memberikan layanan kepada kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di *facebook, twitter, blog, google+* serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (*search engine optimization*) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena *page range* akan naik di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya.

3.3. Luaran Penelitian

Luaran dari penelitian ini yaitu menghasilkan suatu aplikasi Aplikasi *e-market* ini akan memberikan layanan kepada kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di *facebook, twitter, blog, google+* serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (*search engine optimization*) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena *page range* akan naik di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya

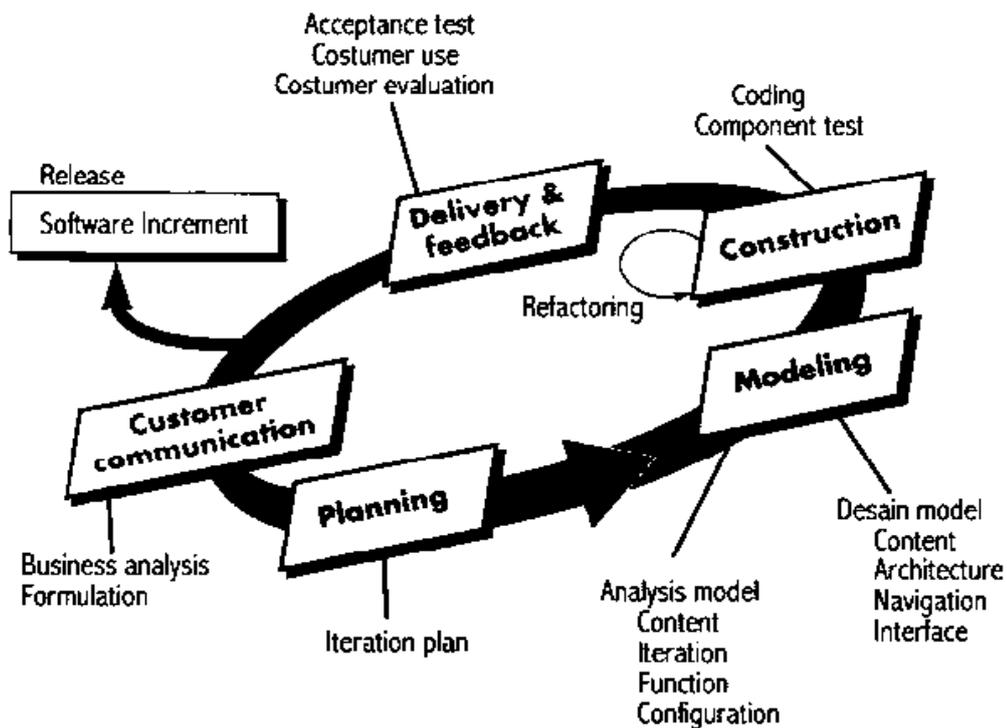
3.4. Kontribusi Penelitian

Kontribusi dari aplikasi *e-market* dengan konsep CMS (*content management system*) akan mendukung pemasaran produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha pemuda binaan Dinas Pemuda dan Olahraga dengan menyebarkan informasi produk ke *fan page facebook, twitter, blog, google+* dan optimalisasi halaman web dengan SEO untuk meningkatkan *page range* di mesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya. Selain itu masing-masing kelompok usaha pemuda dapat melayani penjualan produk yang dihasilkan di *e-market* ini dari awal pemesanan konsumen, konfirmasi pembayaran dan proses pengiriman barang melalui perusahaan jasa paket yang dapat dilakukan tanpa terikat waktu dan tempat.

BAB 4

METODE PENELITIAN

Metode pengembangan aplikasi *e-market* untuk kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah pada penelitian ini menggunakan metode rekayasa web (*Web Engineering*) (Pressman, 2005) . Metode rekayasa web terdiri dari beberapa tahap seperti terlihat pada Gambar di bawah ini :



Gambar 4.1 : Tahapan rekayasa web (Pressman, 2005)

Tahapan *Web Engineering* :

a. *Customer Communication*

Komunikasi dalam hal ini terutama terkonsentrasi pada 2 hal, analisa bisnis dan perumusan. Analisa bisnis akan mendefinisikan hal-hal apa saja yang akan termuat di dalam aplikasi *e-market*, yaitu menentukan pengguna *e-market*, perubahan potensial dalam lingkungan bisnis kelompok usaha pemuda, serta database *e-market*. Perumusan adalah pengumpulan informasi tentang hal-hal yang akan dimuat dalam *e-market* dengan melakukan wawancara dengan perwakilan Dinpora Jawa Tengah dan para kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Jawa Tengah.

b. Planning

Perencanaan proyek pengembangan aplikasi *e-market* yang kemudian ditentukan, perencanaan terdiri dari pendefinisian pekerjaan dan target waktu atas pekerjaan maupun sub pekerjaan yang ditentukan untuk menghasilkan *e-market*.

c. Modeling

Tujuan dari aktivitas ini adalah untuk menjelaskan hal-hal apa saja yang diperlukan / dibutuhkan pada aplikasi *e-market* yang akan dibangun dan solusi yang ditawarkan yang diharapkan dapat menjawab apa yang tersirat dari hasil-hasil analisa dan pengumpulan data, pemodelan sistem menggunakan pemodelan UML (*unified modeling language*) (Fowler, Martin, 2004).

1) Analisis Model

Proses analisis merupakan lanjutan dari tahap komunikasi dengan pengguna.

- a. Analisis Isi (*Content*), dilakukan dengan merumuskan kebutuhan dari sistem pengolahan data toko beserta permasalahannya.
- b. Analisis Interaksi, dilakukan dengan mengidentifikasi interaksi pengguna dengan sistem berdasarkan hak akses pengguna.
- c. Analisis Fungsional, dilakukan dengan mengidentifikasi operasi-operasi yang akan dijalankan dan proses-proses yang terpisah dengan sistem tetapi sangat penting bagi pengguna.
- d. Analisis Konfigurasi, dilakukan dengan mengidentifikasi lingkungan dan infrastruktur yang tepat untuk aplikasi *e-market*.

2) Design Modelling

Tahap desain modelling yang dilakukan dalam proses web engineering yaitu :

a. Desain Antarmuka (*interface*)

Desain antarmuka dilakukan dengan memeriksa kumpulan informasi yang telah dilakukan pada tahap analisis, membuat sketsa antarmuka dari aplikasi *e-market*, memetakan obyektif pengguna ke dalam antarmuka yang spesifik.

b. Desain Estetika

Desain estetika dilakukan dengan merancang tampilan halaman dengan kombinasi warna, teks dan gambar yang sesuai dengan isi dan tujuan

aplikasi *e-market* sesuai kebutuhan kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Jateng.

c. Desain Isi

Desain isi dilakukan dengan merancang isi dari aplikasi *e-market*. Desain-desain tersebut dirancang berdasarkan kebutuhan informasi yang telah diidentifikasi pada tahap analisis. Sedangkan desain basisdata yang dilakukan yaitu : desain model konseptual, desain model *logic* dan desain model fisik.

d. Desain Navigasi

Desain navigasi untuk aplikasi *e-market* memiliki aturan atau hak otorisasi untuk setiap pengguna sesuai dengan alur kerja sistem

e. Desain Arsitektur

Desain arsitektur untuk aplikasi berbasis *web* difokuskan pada struktur *hypermedia* secara keseluruhan dari aplikasi *web*. Struktur arsitektur berkaitan erat dengan tujuan dari pengembangan situs, content yang disediakan dan pengguna yang mengunjungi situs (*end-user*)

d. Construction

Pembangunan aplikasi *e-market* memadukan antara perkembangan teknologi dengan tools pengembangan web yang telah ada, artinya memilih tools yang efektif namun tetap dapat menyesuaikan dengan teknologi yang berkembang saat ini.

1) Implementasi (*Coding*)

Implementasi dilakukan dengan mengaplikasikan halaman *e-market* dalam bentuk *PHP* secara keseluruhan berdasarkan hasil proses perancangan isi pada aktivitas *non technical* maupun *technical member*, begitu juga dengan implementasi isi dibuat dalam bentuk *PHP* dan menggunakan database MySQL dengan konsep CMS.

2) Pengujian (*Component Test*)

Proses pengujian dilakukan untuk mengetahui kemungkinan terjadinya kesalahan seperti kesalahan pada skrip atau form, navigasi ataupun tampilan. Pengujian dilakukan secara *whitebox*, *blackbox* dan UAT (*user acceptance test*).

e. Delivery & Feedback

Aplikasi *e-market* diciptakan untuk dapat berguna bagi kebutuhan kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Jateng, dapat dioperasikan oleh *end-user* yaitu kelompok usaha pemuda binaan Dinpora dan calon pelanggan yang akan membeli produk, dan kemudian dilakukan evaluasi secara berkala, memberi masukan-masukan kepada team pengembang dan apabila diperlukan akan dilakukan modifikasi pada aplikasi *e-market* tersebut.

BAB 5

HASIL YANG DICAPAI

5.1. Komunikasi dengan Pengguna (*Customer Communication*)

Tahap ini berisi tentang membuat *business process modeling dan identifikasi pelaku bisnis* di E-Market Untuk Kelompok Usaha Pemuda Binaan Dinas Pemuda Dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM.

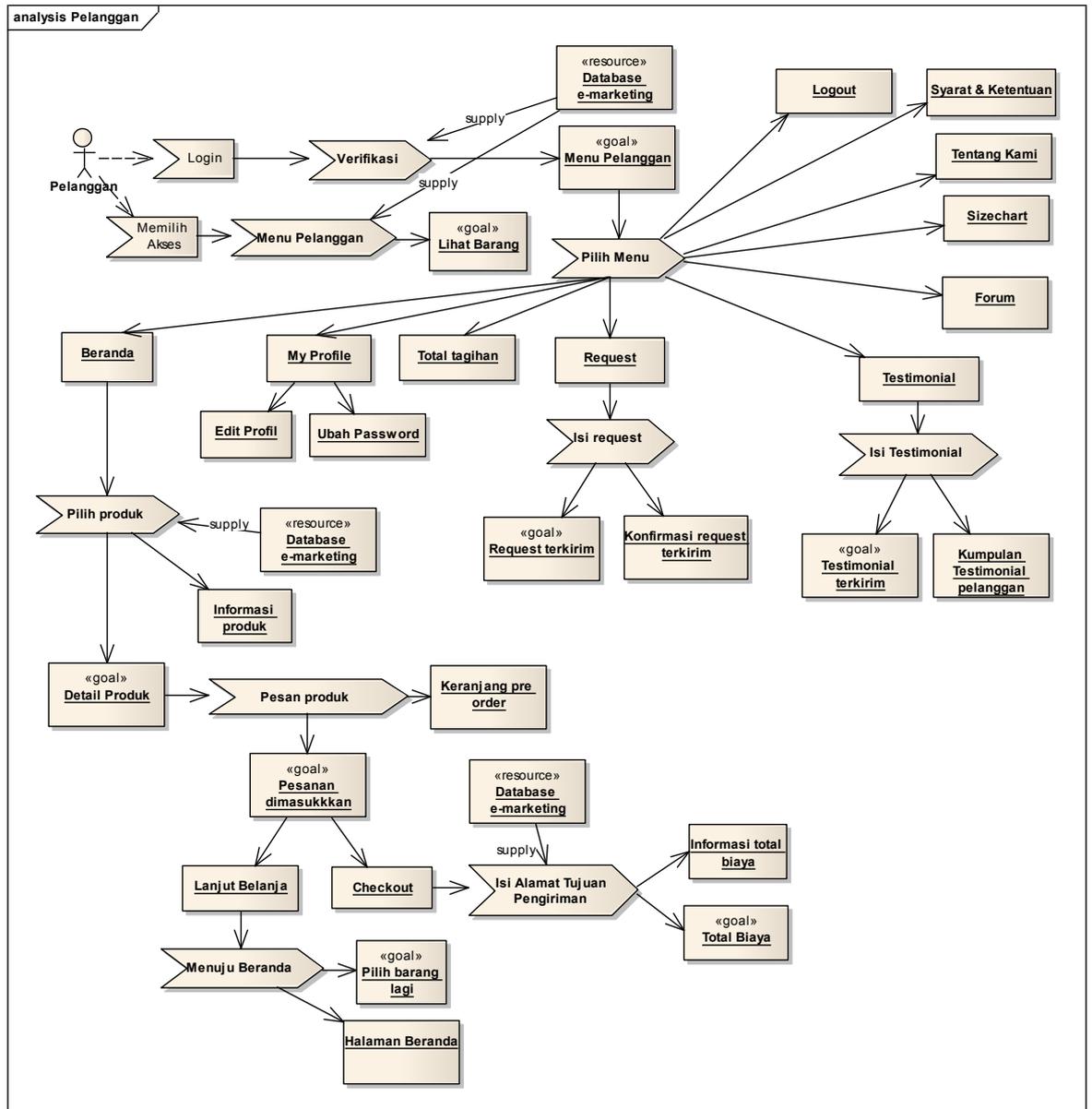
5.1.1. Identifikasi Pelaku Bisnis

Pada pembahasan ini, pelaku bisnis diartikan sebagai pemakai, pengguna atau aktor yang terlibat dalam sistem ini, daftar aktor bisa dilihat pada tabel 1.

Tabel 5.1. Identifikasi Pelaku Bisnis

Istilah	Deskripsi
Admin	Seseorang yang memiliki akses penuh terhadap sistem dan bertanggung jawab atas pemantauan sistem. Selain itu, admin juga bertanggung jawab atas transaksi yang terjadi pada sistem ini.
Toko	Kelompok usaha pemuda yang bertugas menyetok barang ke admin dan menentukan harga barang. Pihak toko hanya bisa memantau transaksi yang terjadi di tokonya.
Pelanggan	Seseorang yang memanfaatkan sistem yang sudah jadi untuk melakukan pemesanan barang secara online.
Pengunjung	Individu yang memanfaatkan sistem yang sudah jadi tetapi hanya sebatas melihat pada toko – toko yang sudah ada.

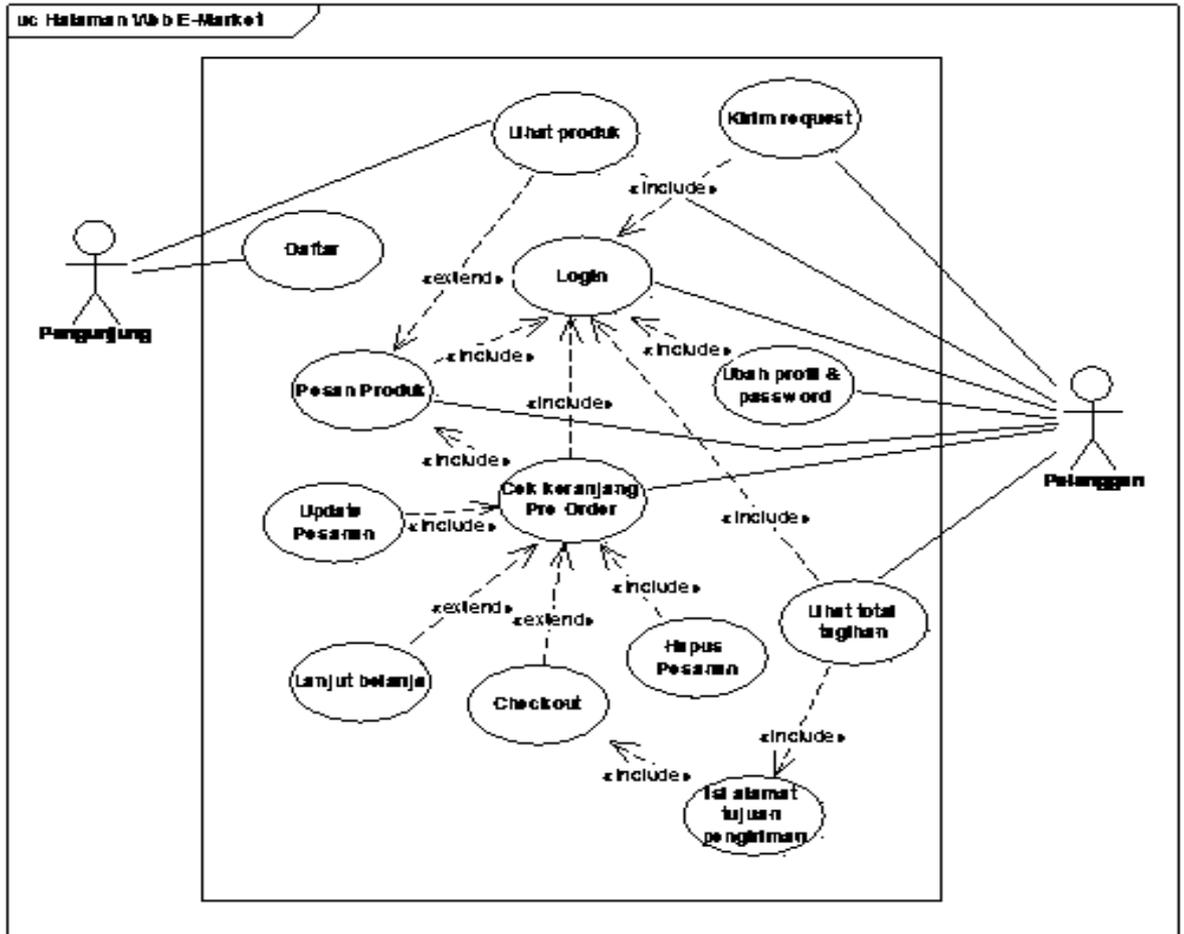
5.1.2. Model Proses Bisnis



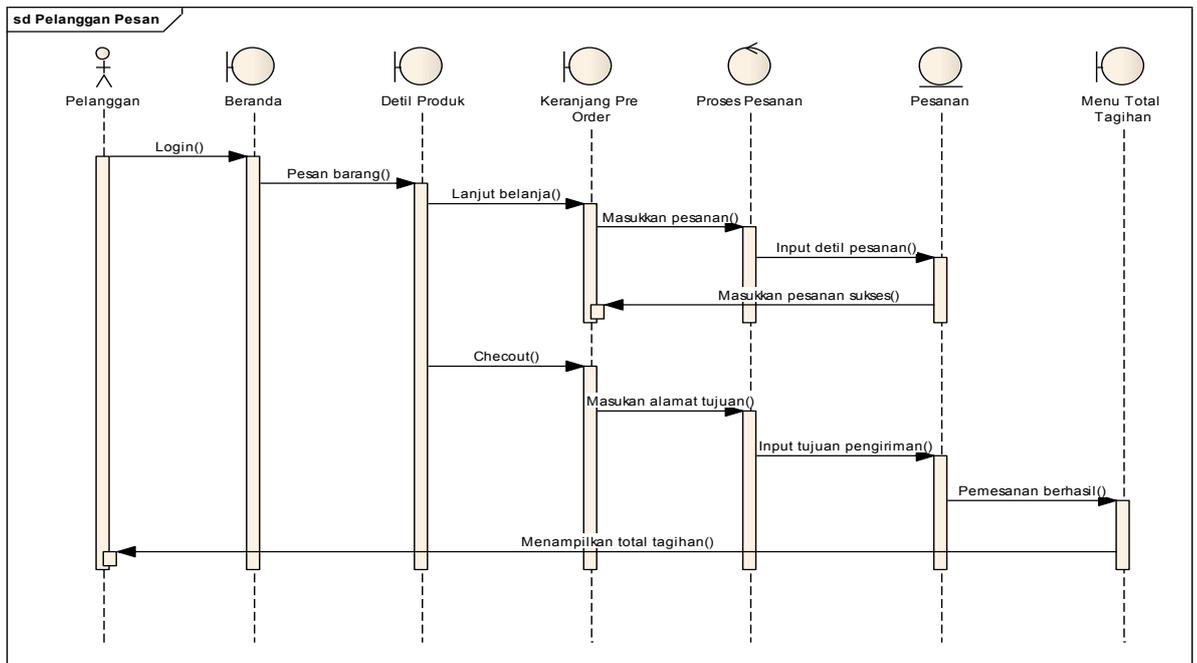
Gambar 5.1 : Model Proses Bisnis E-Market Pemuda Jateng

5.2. Analisis

Pada tahap analisa isi menggunakan *use case*. Sebuah *use case* menggambarkan suatu urutan interaksi antara satu atau lebih aktor dan sistem.



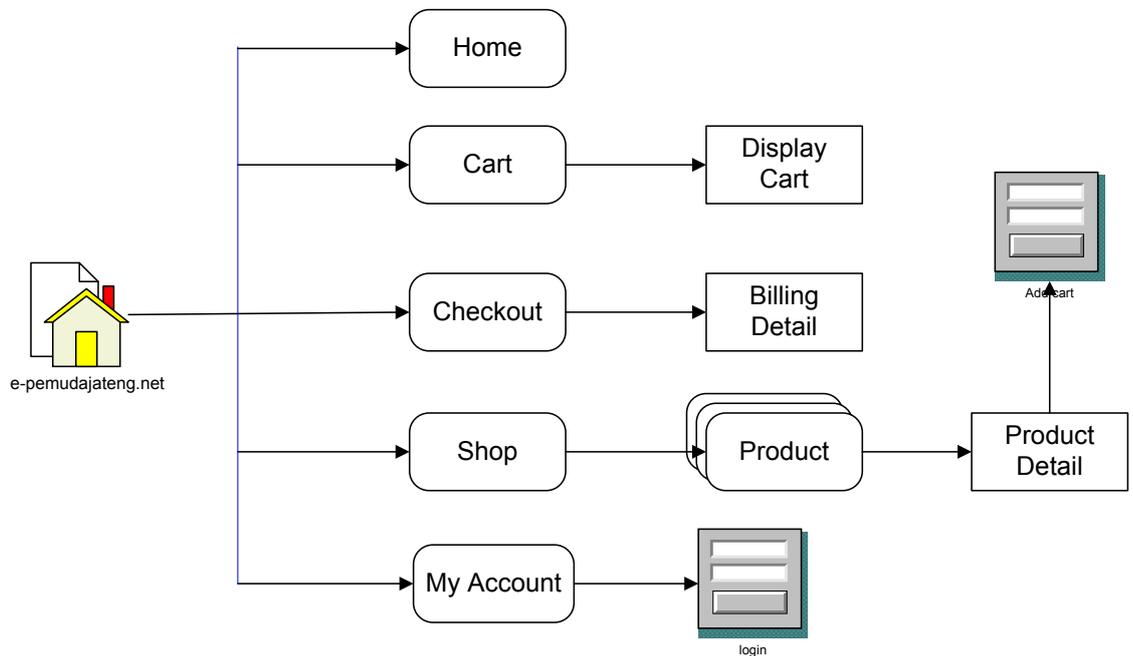
Gambar 5.2 :



Gambar 5.3 : Sequence diagram e-market Pemuda Jateng

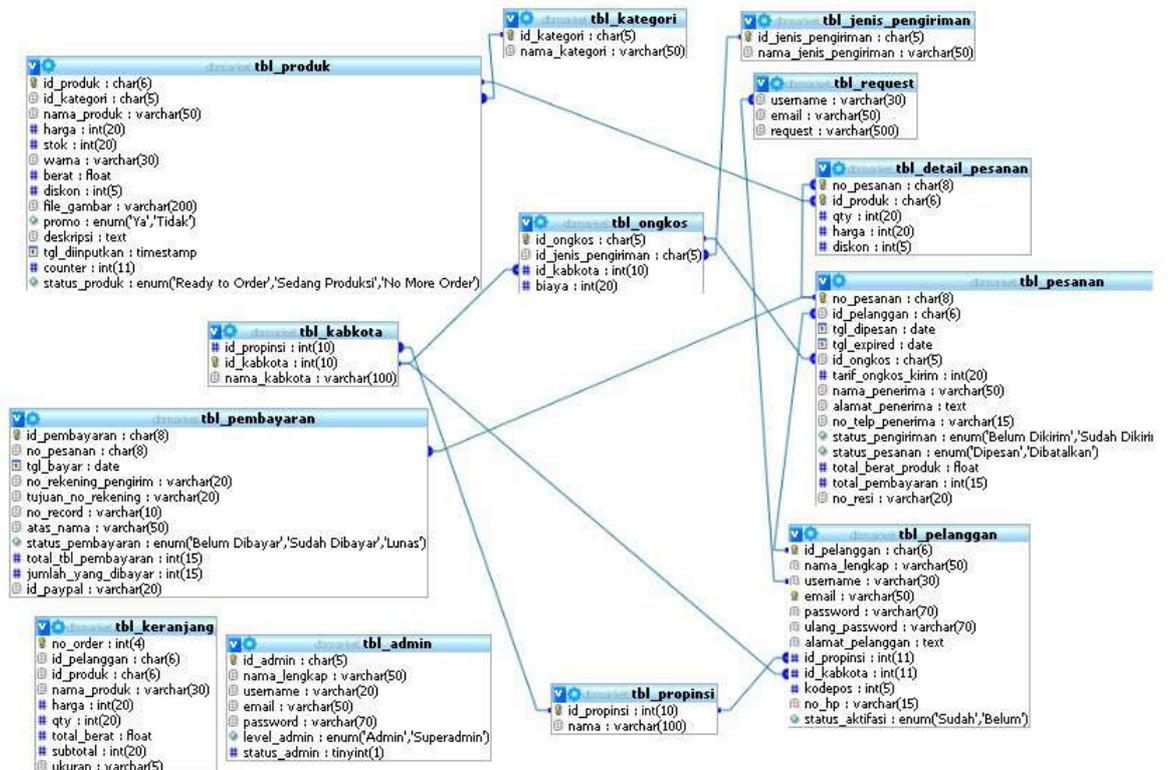
5.3. Perancangan

5.3.1. Perancangan Navigasi



Gambar 5.4 : Navigasi e-Market Pemuda Jateng

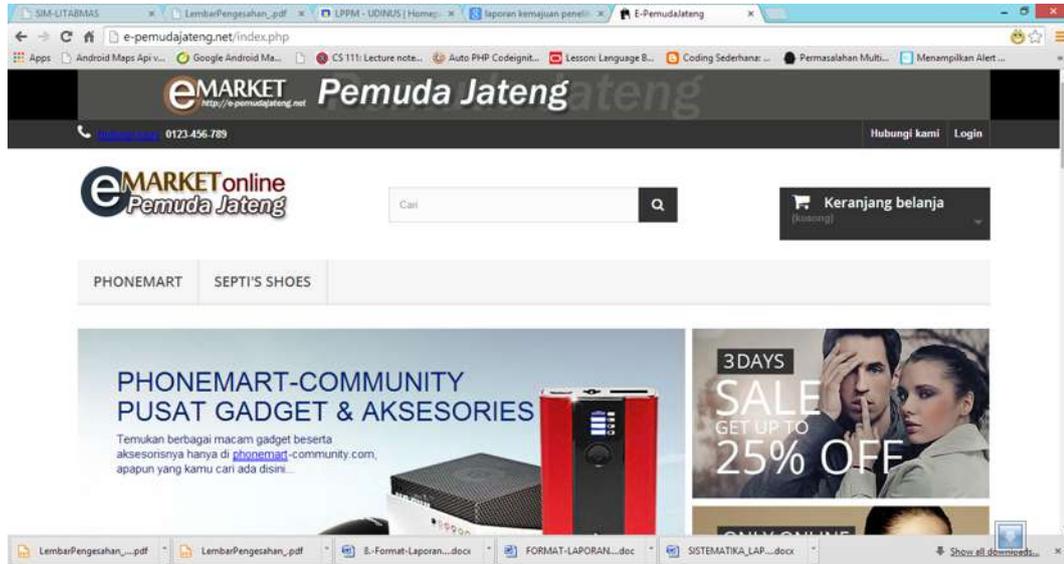
5.3.2. Perancangan Database e-market



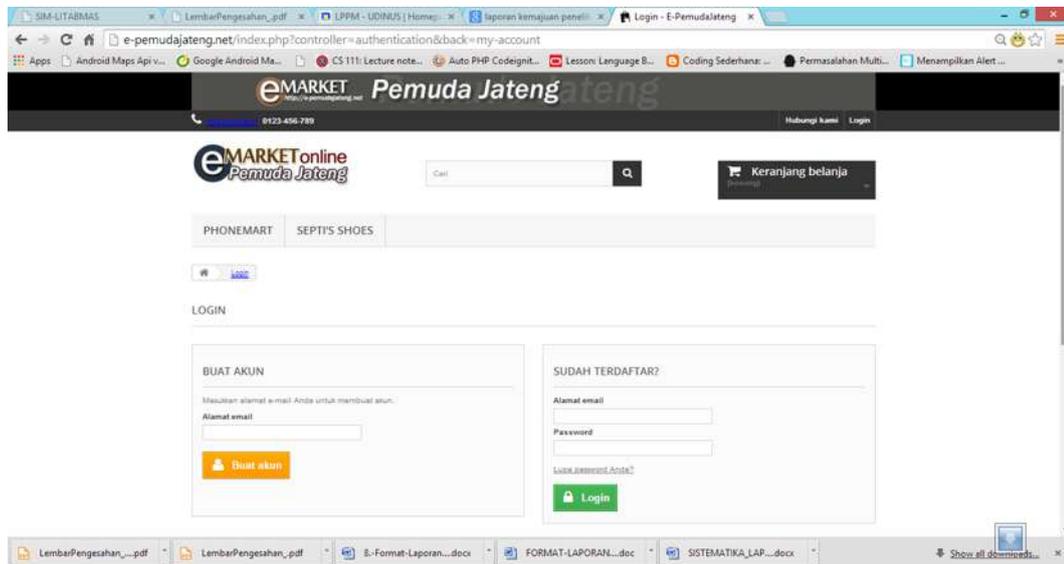
Gambar 5.5 : Relasi Tabel

5.4. Implementasi

Implementasi merupakan suatu tahap akhir di mana sistem diterapkan secara nyata. Implementasi yang akan dijabarkan disini meliputi *design user interface e-Market Pemuda Jateng*. Hasil implementasi dapat di akses di <http://e-pemudajateng.net>.



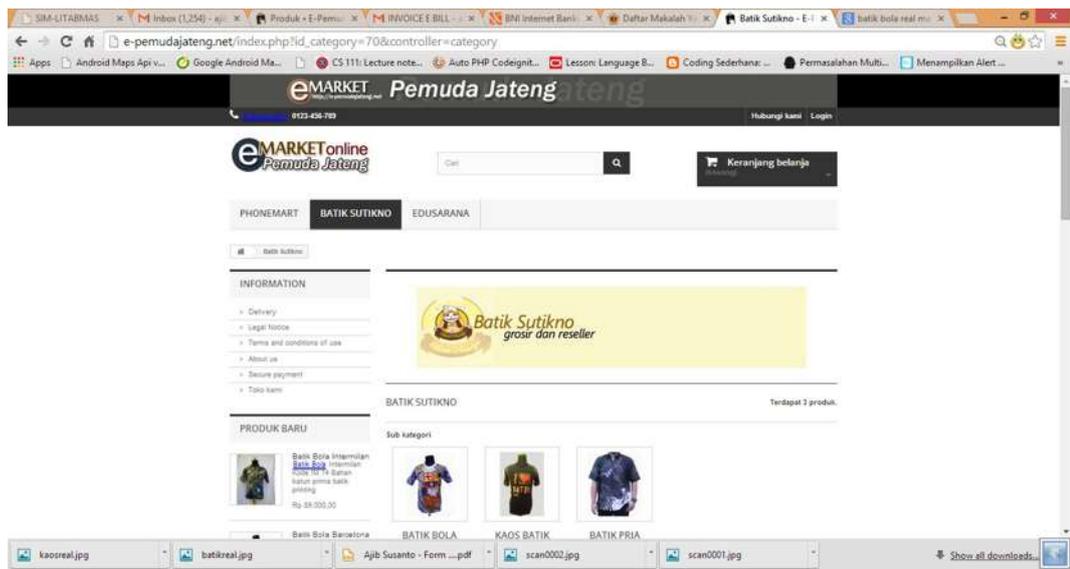
Gambar 5.6 : Halaman depan e-pemudajateng.net



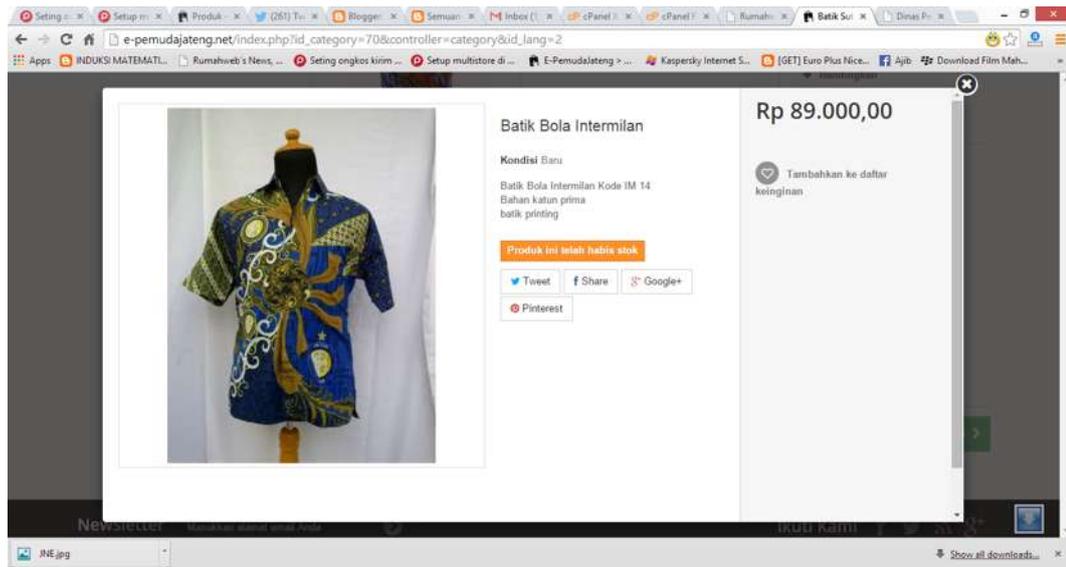
Gambar 5.7 : Halaman login pengguna



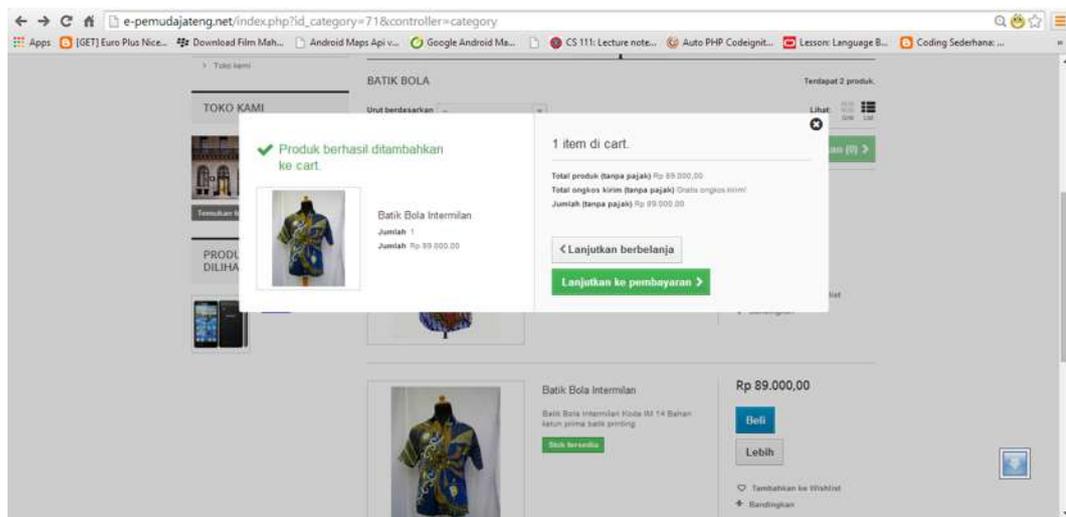
Gambar 5.8 : Halaman Belanja Produk



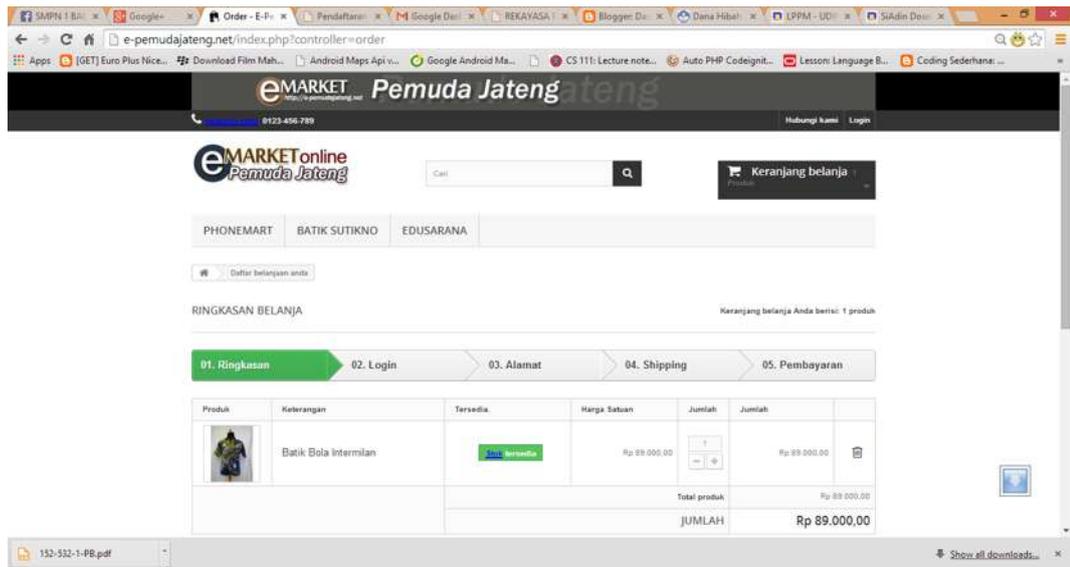
Gambar 5.9 : Halaman Toko



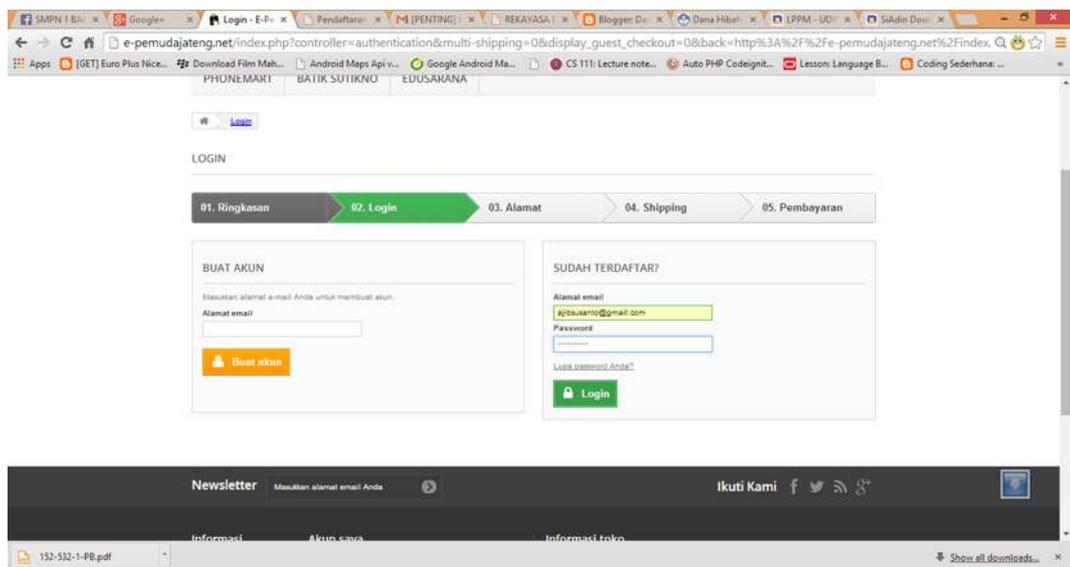
Gambar 5.10 : Bagi Produk di Media Sosial dan Jejaring Sosial



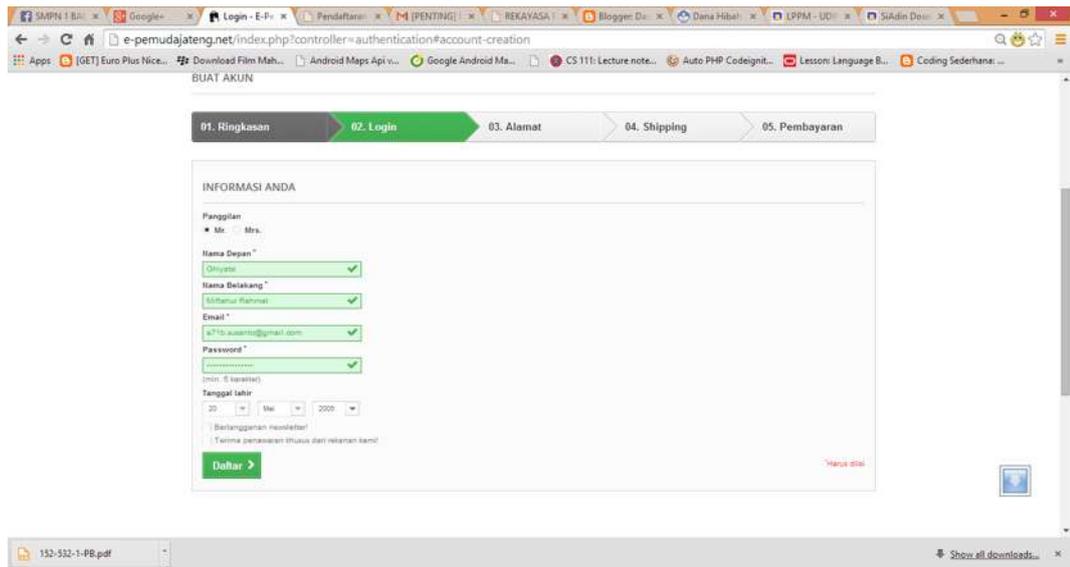
Gambar 5.11 : Halaman Pembelian Produk



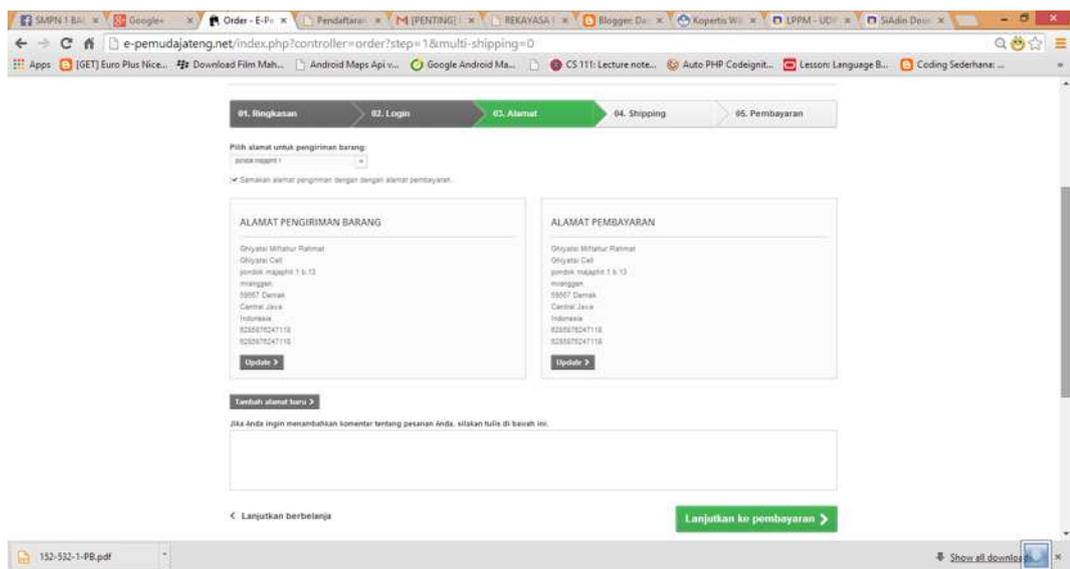
Gambar 5.12 : Halaman Daftar Belanja



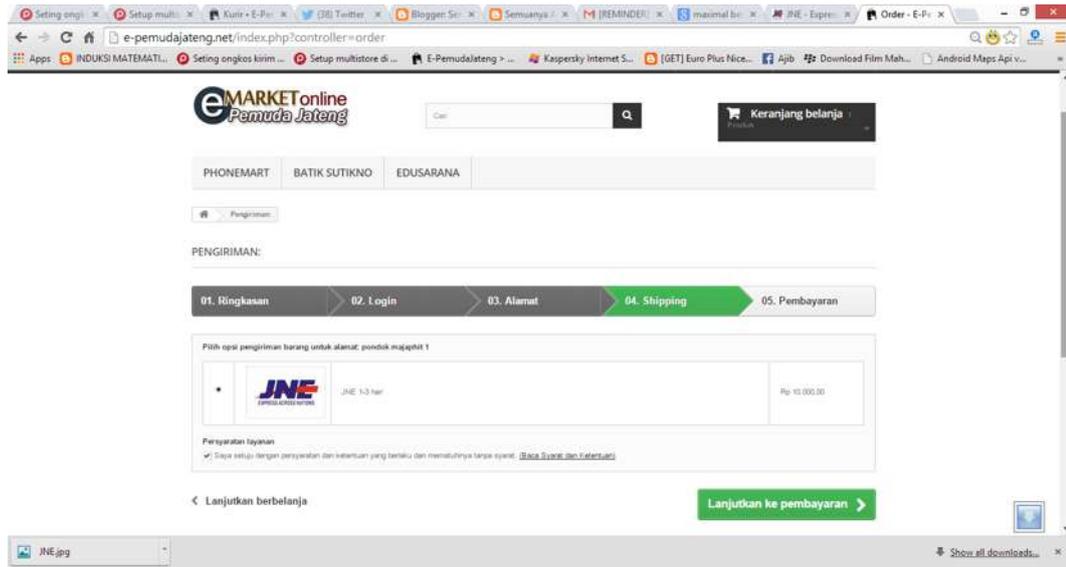
Gambar 5.13 : Halaman Login Untuk menyelesaikan pembelian



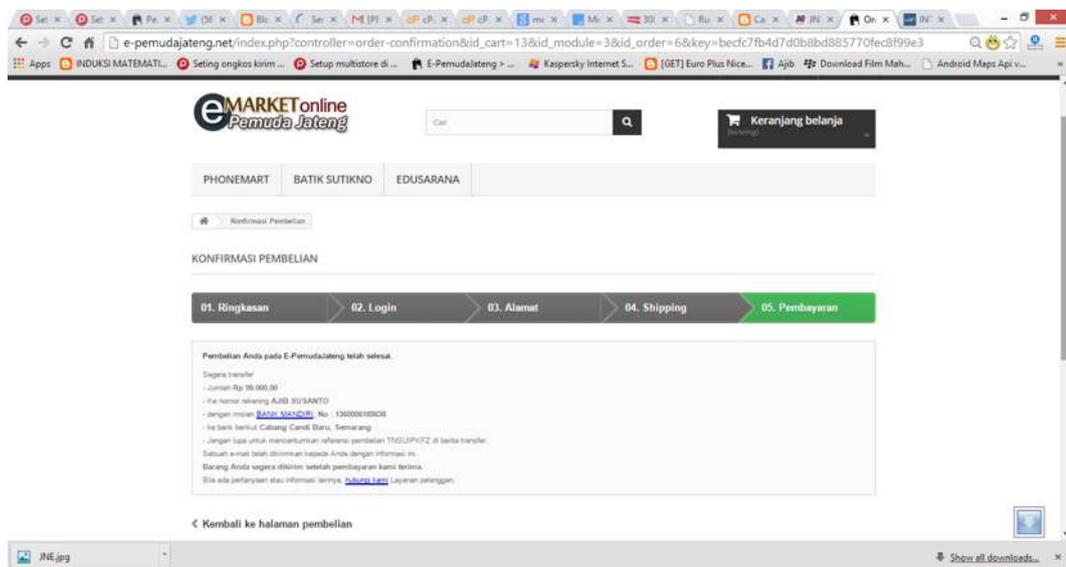
Gambar 5.14 : Halaman Informasi Data Konsumen



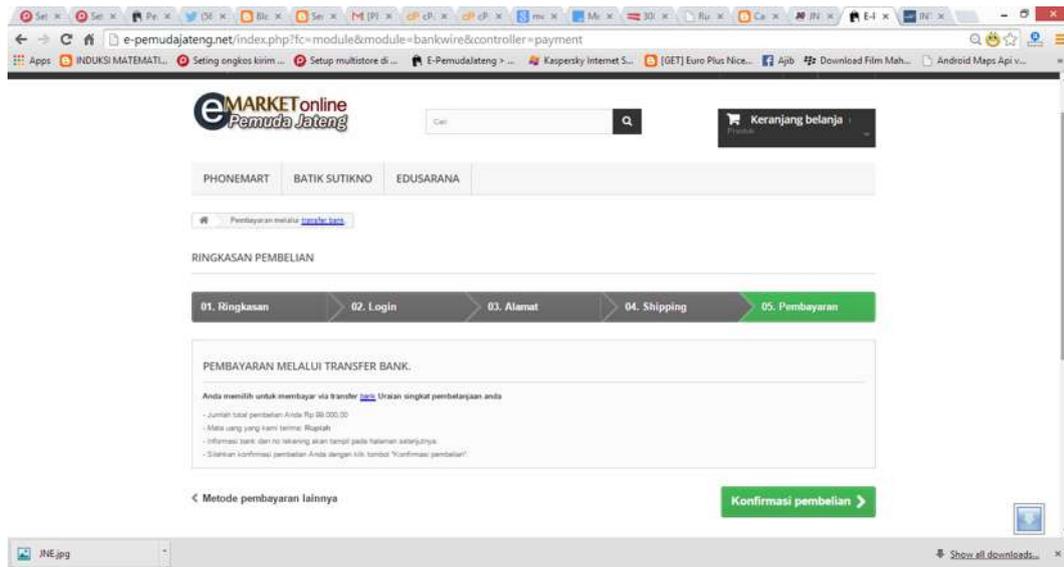
Gambar 5.15 : Halaman Informasi Alamat Pengiriman Barang



Gambar 5.16 : Halaman Pilihan Kurir untuk Pengiriman Barang

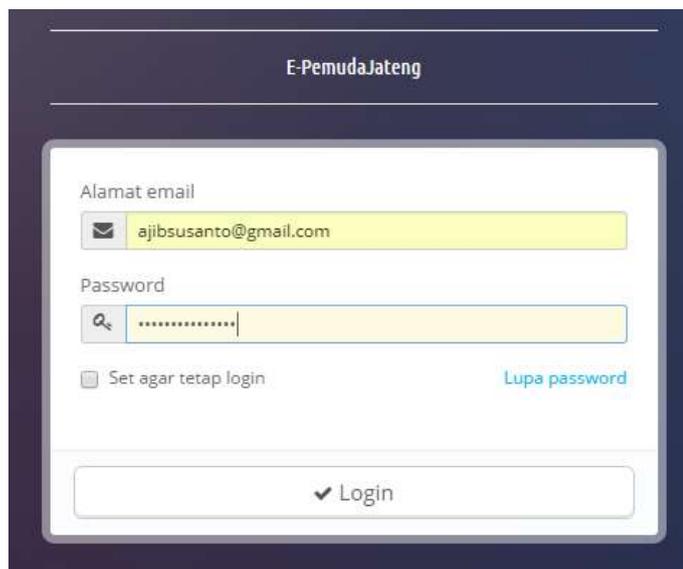


Gambar 5.17 : Halaman Pilihan Metode Pembayaran

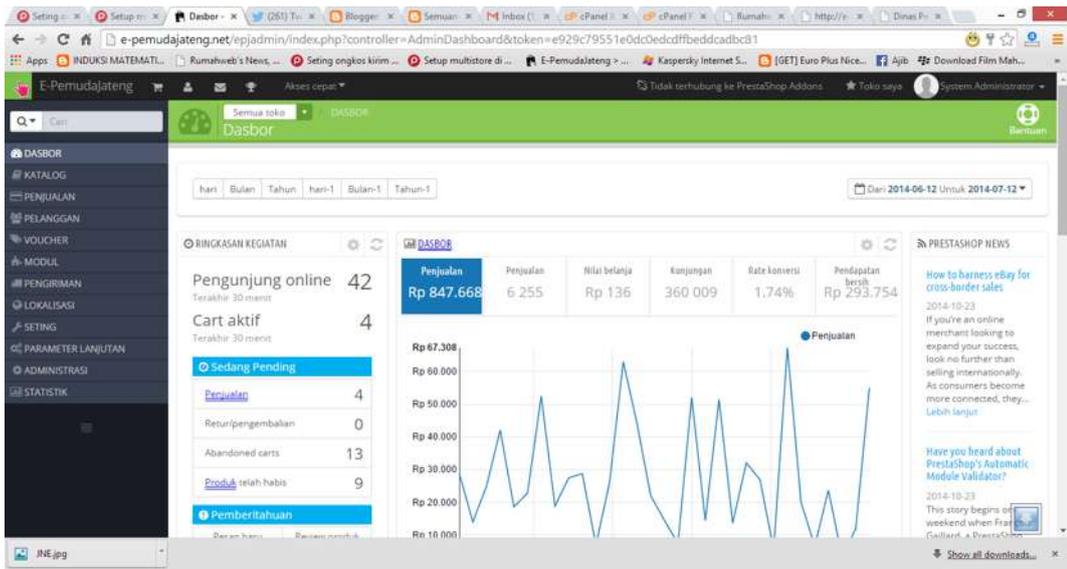


Gambar 5.18 : Halaman Ringkasan Pembelian

Berikut ini penjelasan penggunaan halaman admin dan pengelola toko untuk mengelola masing-masing toko.



Gambar 5.19 : Halaman Login Admin

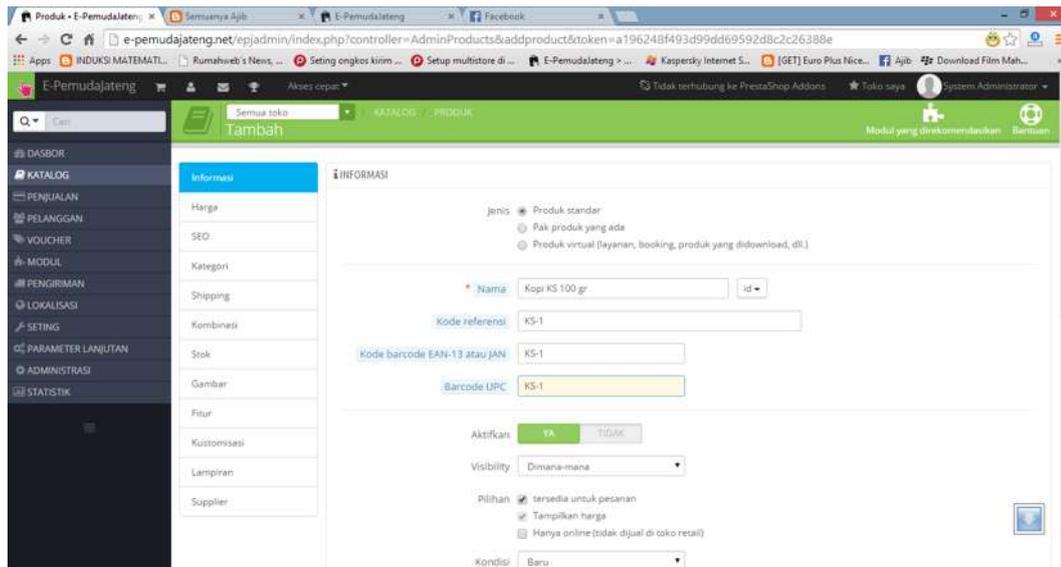


Gambar 5.20 : Halaman Dasbor Utama Halaman Admin

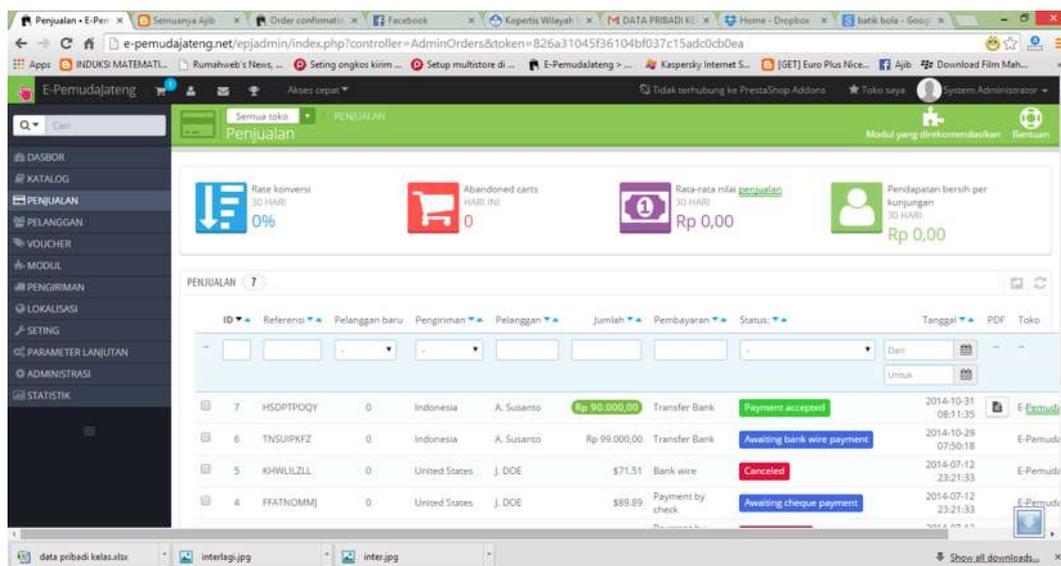
The screenshot shows the PrestaShop Admin Product Catalog page. The left sidebar contains navigation menus for DASHBOARD, KATALOG, PENJUALAN, PELANGGAN, VOUCHER, MODUL, PENGIRIMAN, LOKALISASI, SETING, PARAMETER LANJUTAN, ADMINISTRASI, and STATISTIK. The main content area is titled 'Produk' and displays a list of products:

ID	Image	Product Name	Manufacturer	Price	Weight	Availability	Actions
8		Nokia Lumia 720	E-Pemudajatejeng	Rp 2.300.000,00	2.300.000,00	✓	Edit
9		Nokia Lumia 625	E-Pemudajatejeng	Rp 2.650.000,00	2.650.000,00	✓	Edit
10		Nokia Lumia 620	E-Pemudajatejeng	Rp 2.250.000,00	2.250.000,00	✓	Edit
11		Moto G 8gb	E-Pemudajatejeng	Rp 1.950.000,00	1.950.000,00	✓	Edit
12		Nokia X	E-Pemudajatejeng	Rp 1.550.000,00	1.550.000,00	✓	Edit
13		Samsung Galaxy S4	E-Pemudajatejeng	Rp 5.750.000,00	5.750.000,00	✓	Edit
14		Samsung Galaxy S3	E-Pemudajatejeng	Rp 4.425.000,00	4.425.000,00	✓	Edit
15		Lenovo P780	E-Pemudajatejeng	Rp 2.750.000,00	2.750.000,00	✓	Edit

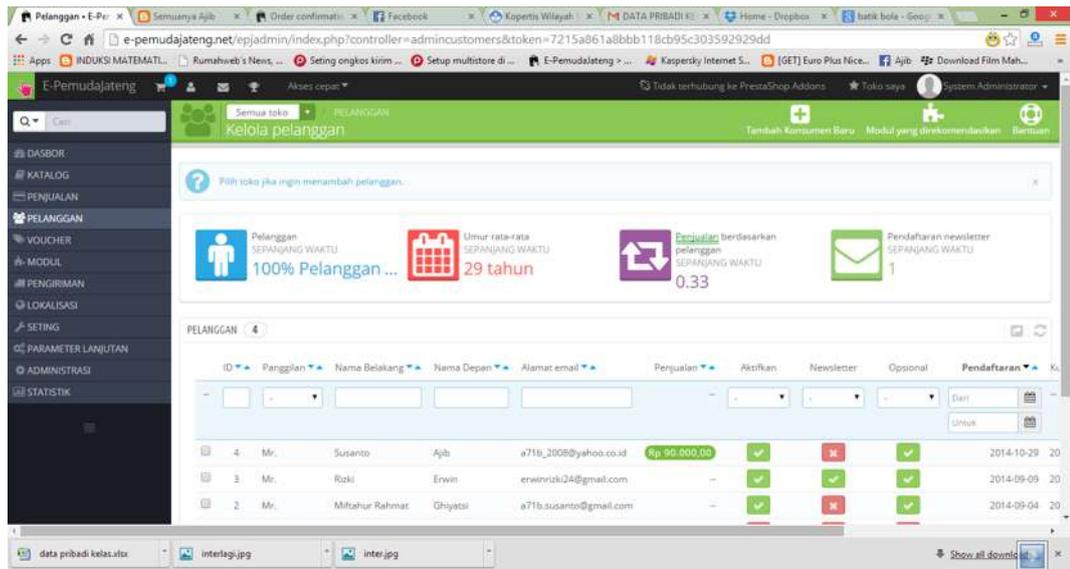
Gambar 5.21 : Halaman Katalog Produk



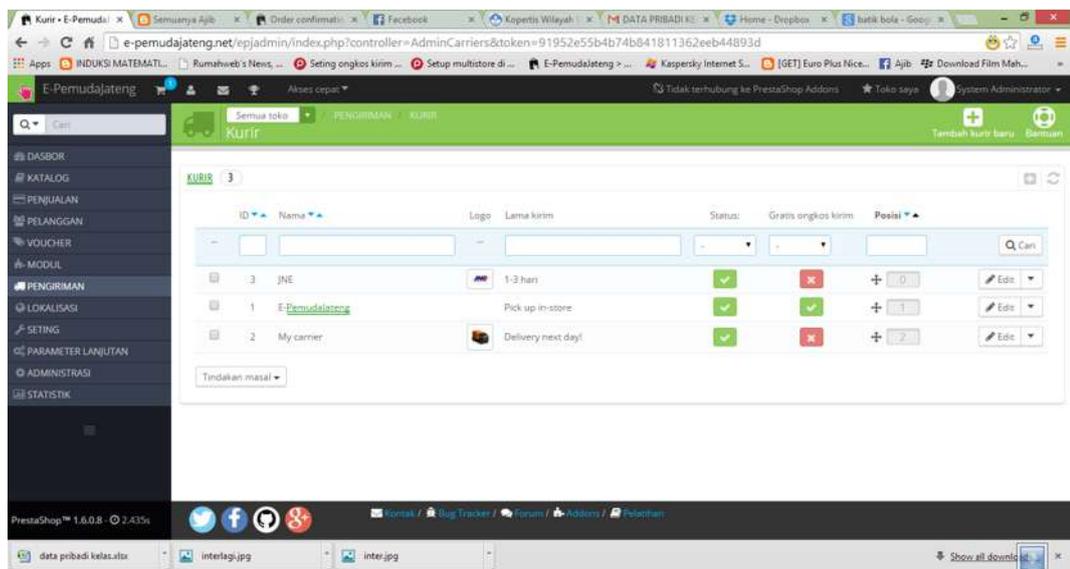
Gambar 5.22 : Halaman Tambah Produk



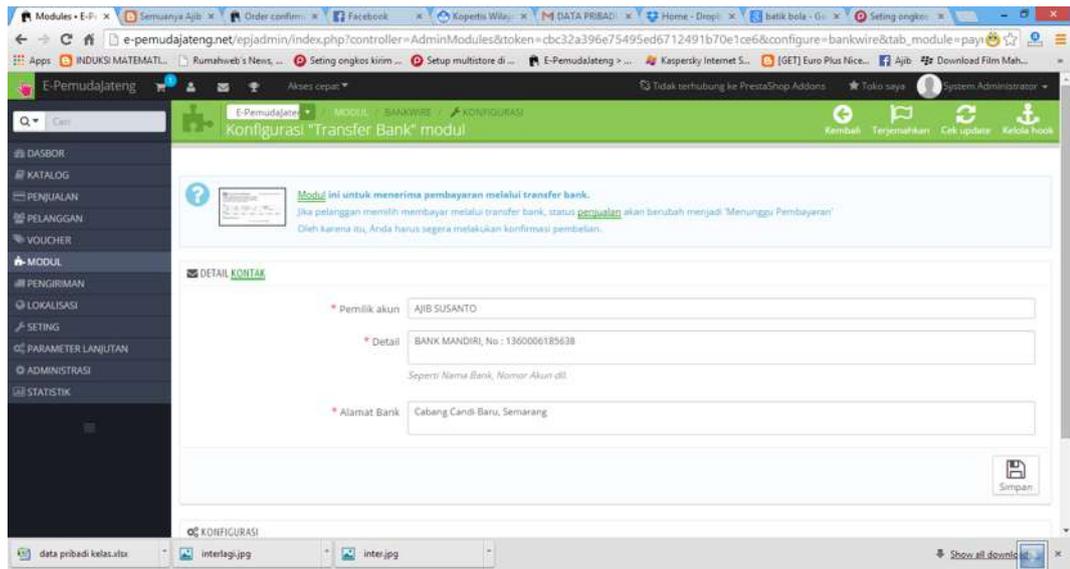
Gambar 5.23 : Halaman Daftar Penjualan



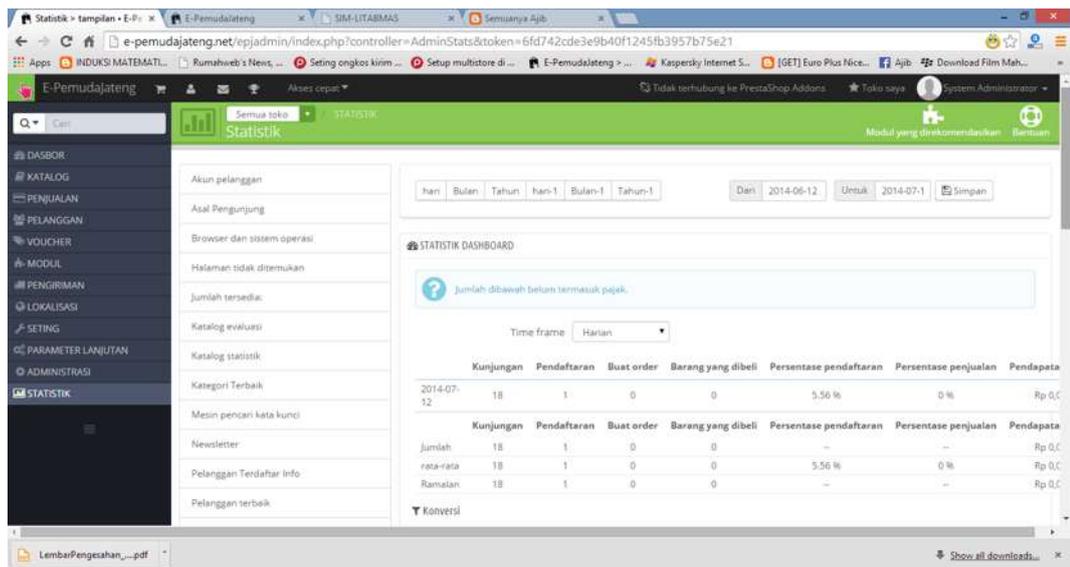
Gambar 5.24 : Halaman Daftar Pelanggan



Gambar 5.25 : Halaman Daftar Kurir



Gambar 5.26 : Halaman Metode Pembayaran



Gambar 5.27 : Halaman Statistik

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

- a. Model bisnis e-Market online untuk kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah yang dirancang dapat mendukung kualitas pengembangan produk web yang dihasilkan sesuai berdasarkan pada kebutuhan pemakai (user) dalam berbelanja secara online tanpa mengenal tempat dan waktu.
- b. Dengan implementasi e-Market ini dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk melakukan pembelian hasil produk UMKM kelompok usaha pemuda binaan binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah secara online dengan mudah dan langsung dapat melihat produk yang dibeli.
- c. <http://e-pemudajateng.net> mempermudah pemilik toko maya, yaitu kelompok usaha pemuda binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah dalam memperluas pemasaran hingga ke manca negara tanpa memikirkan proses promosi.

6.2. Saran

- a. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk model e-market yang dapat menampung untuk seluruh kelompok usaha pemuda di Indonesia dengan membuat *e-cloud* sehingga dapat saling terkait antar kelompok pemuda.
- b. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk model konseptual yang terkait dengan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dengan layanan e-market di <http://e-pemudajateng.net> dalam mengenalkan dan memasarkan hasil UMKM, dan efek inovasi layanan seperti apa yang dibutuhkan konsumen untuk dapat menyenangi hasil produk dalam negeri, serta dapat mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Ann Rockley, Pamela Kostur, Steve Manning, 2003. *“Managing Enterprise Content: A Unified Content Strategy”*. New Riders.
- Brad, Kleindl and James, L, Burrow, 2005, *“E-Commerce Marketing”*, Lakewood, Ohio : Top Floor.
- Boone, Louis E, David I. Kurtz, 2005, *“Contemporary Marketing 2005”*, Thomson South Western, Ohio, USA.
- Eko Indrajit, Richardus, 2001, *“E-commerce: Strategi Bisnis Di Dunia Maya”*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Eko Indrajit, Richardus, 2002, *“Pengantar Konsep E-Business”*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Fowler, Martin, 2004, *“A brief Guide to the Standard Object Modeling Language”*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Internet World Stats, 2012, *“Asia Internet Use, Population Data and Facebook Statistics”*, The Asian Internet Statistics were updated for June 30, 2012.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2012, *“Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2012”*, Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jakarta.
- Kent, Peter, 2006, *“Search Engine Optimization For Dummies”*, Wiley Publishing. Inc, Indianapolis.
- Kotler, dan Keller, 2009, *“Marketing Management”*, Upper Saddle River, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip., Armstrong, Garry. 2004. *“Principle of Marketing”*, 10th Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Mohammed, R., Fisher, R. Jaworski, B., and Cahill, A. 2003, *“Internet Marketing”*, McGraw-Hill.
- Mujiyana, Ingge Elissa, 2013, *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online”*, J@TI Undip Vol. VIII No.3 September 2013, Semarang.
- Pratama N, 2012, *“CMS Framework”*, <http://cuitcuit.com/cms-framework-framework-adalah-bagian-2/>, diakses 13-12-2013 14:59.
- Pressman, Roger. 2005. *“Software Engineering: A Practitioner’s Approach (Terjemahan)”*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Saragih, Ramdhany, 2012, *“Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus”*, *Journal of Information Systems* Vol. 8 Issue 2 Oktober 2012, Jakarta.
- Strauss, El-Ansary and Frost, 2003, *“E-Marketing 3rd Edition”*, Prentice Hall, New Jersey.
- Veritrans, DailySocial, 2012, *“eCommerce in Indonesia”*, Harvard Business School by the management of Veritrans & DailySocial.
- Yang, T. Andrew, Kim, Dan J., Dhalwani, Vishal, Vu, Tri K., 2012, *The 8C Framework as a Reference Model for Collaborative Value Webs in the Context of Web 2.0*, University of Houston – Clear Lake, Houston, Texas 77058, US.

Lampiran 1. Biodata ketua dan anggota.

BIODATA KETUA PENELITIAN

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ajib Susanto, M.Kom.
2	Jenis Kelamin	L
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0615127404
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Bojonegoro, 15-12-1974
7	E-mail	ajibsusanto@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	0818455527
9	Alamat Kantor	Jl. Nakula I 5 – 11 Semarang 50131
10	Nomor Telepon/Faks	024-3520165
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	D3 = 7, S1 = 50 Orang
12.	Mata Kuliah yg Diampu	1. Pemrograman Berorientasi Obyek 2. Pemrograman Web 3. Pemrograman Client Server 4. Pemrograman Aplikasi Bisnis 5. Pemrograman Internet 6. Pemrograman Mobile

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Dian Nuswantoro	Universitas Dian Nuswantoro	
Bidang Ilmu	Teknik Informatika	Teknik Informatika	
Tahun Masuk-Lulus	2002-2004	2005-2008	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Pemanfaatan Type Data Bertipe Blob dalam File Binary untuk Pengaksesan File Melalui Streaming SQL pada Server Database	Rekayasa Sistem Pengelolaan Pembelajaran Elektronik Berbasis Web (eLMS)	
Nama Pembimbing/Promotor	Dr-Ing. Vincent Suhartono	Dr.Eng. Yuliman Purwanto, M.Eng	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Peneitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2013	Translator Notasi Algoritmik untuk Pengajaran Pemrograman Dasar	PDP, Dirjen Dikti Jakarta	14,5
2	2011	Rekayasa Model "Supermuseum" Batik Online Untuk Mengenalkan Keaneka Ragaman Motif Batik Di Indonesia Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Batik Produk Usaha Kecil Dan Home Industry	Penelitian Strategi Nasional, Dirjen DIKTI Jakarta.	90
2	2010	Perancangan Sistem Informasi Perhitungan Angka Kredit Dosen	LPP Universitas Dian Nuswantoro	3,5

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2008	Pelatihan E-Learning dengan MOODLE bagi Guru SMA Negeri 1 Semarang sebagai Instruktur	SMA Negeri 1 Semarang	-
2	2009	Diklat Pranata Komputer Kejaksaan RI sebagai Instruktur	Kejaksaan Tinggi Jateng	-
3	2010	Pelatihan Aplikasi Perkantoran Open Source PNS Kota Semarang	Universitas Dian Nuswantoro	-
4	2010	Juri Javakanmu "The art of Java Programming for Education" Tingkat Jateng dan DIY	Universitas Dian Nuswantoro	-
5	2010	Pembuat Soal Komputerisasi dalam Seleksi Pengandaan CPNSD Pemerintah Provinsi dan Kabupaten Kota di Jawa Tengah	Universitas Dian Nuswantoro Semarang	-
6	2010	Diklat Pranata Komputer Kejaksaan RI sebagai Instruktur	Kejaksaan Tinggi Jateng	-
7	2010	Juri pada Lomba Pemilihan Guru Berprestasi Dalam Pembuatan Bahan Ajar Mandiri Berbasis Multimedia	Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan (LPMP) Jawa Tengah	-
8	Tahun pelajaran 2010/2011	Exsternal Assesor pada Ujian Praktik Kejuruan Animasi dan Multimedia	SMK Negeri 11 Semarang SMK Negeri 3 Jepara	-
9	2011	Juri pada Lomba Pemilihan Guru Berprestasi Dalam Pembuatan Bahan Ajar Mandiri	Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan	-

		Berbasis Multimedia	(LPMP) Jawa Tengah	
10	Tahun Pelajaran 2011/2012	Exsternal Assesor pada Ujian Praktik Kejuruan Animasi dan Multimedia	SMK Negeri 11 Semarang	-
11	2012	Juri Lomba Pengayaan Sumber Belajar (LPSB) Berbasis Blog Guru Dikdas dan Dikmen Tingkat Provinsi Jawa Tengah	BPITKP Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah	-
12	2012	Juri Lomba Multimedia Pembelajaran Guru Tingkat SD/MI, SMP/MTS, SMU/SMK	LPMP Jateng	-
13	Tahun Pelajaran 2012/2013	Exsternal Assesor pada Ujian Praktik Kejuruan Animasi dan Multimedia	SMK Perdana, SMK Robi Rodliyah Semarang	-
14	2013	Nara Sumber Pelatihan Teknik Komputer dan Jaringan & E-Learning	BP DIKJUR Jawa Tengah	-
15	2013	Juri Lomba Olimpiade Sains Nasional (OSN) PK-LK Pendidikan Dasar Tingkat Propinsi Jateng	Dinas Pendidikan Jateng – Asrama Pondok Haji Boyolali	-
16	2013	Nara Sumber E-Learning dengan MOODLE	BP DIKJUR Jawa Tengah	-
17	2013	Juri Lomba Pengayaan Sumber Belajar (LPSB) Berbasis Blog Sekolah Dikdas dan Dikmen Tingkat Provinsi Jawa Tengah	BPITKP Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah	-
18	2013	Pemateri Media Dakwah dengan Blog	Depag Provinsi Jawa Tengah	-
19	2013	TIM Dosen Sistem Informasi Manajemen Taruna AKPOL	Akademi Kepolisian Semarang	-
20	2013	Nara Sumber Online Shop	Dinpora Jawa Tengah	-
21	2014	Instruktur Pelatihan Aplikasi Perkantoran di UPTD Cawas	UPTD Cawas 2014	-
22	2014	TIM Dosen Sistem Informasi Manajemen Taruna AKPOL	Akademi Kepolisian Semarang 2014	-
23	2014	Pengawas Eksternal IT Penerimaan Calon Siswa Brigadir Polisi TA 2014 Panda Jateng	Polda Jateng 2014	
24	2014	Koordinator Tim IT Penerimaan Calon Taruna Akpol TA 2014 Panda Jateng	Polda Jateng 2014	
25	2014	Nara Sumber IT untuk Pedesaan Pembekalan SP3	Dinpora Jawa Tengah 2014	-

26	2014	Nara Sumber Pemasaran Online Klater Itik	Dinpora Jawa Tengah 2014	-
27	2014	Nara Sumber Pemasaran Online Klater Kripik	Dinporan Jawa Tengah 2014	-
28	2014	Juri pemuda pelopor Propinsi Jawa Tengah	Dinporan Jawa Tengah 2014	-
29	2014	Nara Sumber Pemasaran Online KWP	Dinpora Prop. Jateng 2014	-
30	2014	Juri Lomba Olimpiade Sains Nasiolan (OSN) PK-LK Pendidikan Dasar Tingkat Propinsi Jateng	Dinas Pendidikan Jateng – Asrama Pondok Haji Boyolali 2014	-

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal alam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Tahun
1	Rekayasa Sistem Pengelolaan Pembelajaran Elektronik Berbasis Web	Majalah Ilmiah DIAN, Udinus Semarang, ISSN 1412-3088	Vol.9/ No. 2/ Mei 2009
2	Rekayasa E-commerce Berbasis Web pada PT. Samwon Busana Indonesia,	Majalah Ilmiah DIAN, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, ISSN 1412-3088	Vol.9/ No. 3/ September 2009
3	Perancangan dan Implementasi Sistem Kunci Elektronik pada Locker dengan Media Bluetooth	Jurnal Techno Science, FT UDINUS, ISSN 1978-9793	Vol 3/ No. 2/ Oktober 2009
4	Perancangan dan Implementasi Mobile Siadin (M-Siadin) pada Universitas Dian Nuswantoro Semarang Berbasis J2ME	Majalah Ilmiah DIAN, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, ISSN 1412-3088	Vol. 10/ No.2/ Mei 2010
5	Rancang Bangun Peta Jalur Fiber Optik di Pt. Indonesia Commets Plus Regional Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta secara Online	Jurnal Teknologi Informasi, Techno.COM, ISSN 1412-2693	Vol. 10/No. 4 November /2011
6	Kombinasi Algoritma RSA dan Algoritma Cipher Transposisi untuk Keamanan Database	Jurnal DIAN, Universitas Dian Nuswantoro, ISSN 1412-3088	Vol. 11/No.3/ September 2011
7	Rancang Bangun Aplikasi RMI (Remote Method Invocation) untuk Menghubungkan Sistem Pembayaran Udinus dengan Bank Jateng	Jurnal Teknologi Informasi Techno.COM ISSN 1412-2693	Vol. 11/No.2, Mei 2012
8	Teknik Proteksi SQL Injection dengan Konsep AMNESIA pada Aplikasi Web	Journal of Intelligent Systems and Business Intelligence	Vol. 1, No.2, September 2012

		ISSN 2302-268X	
9	Rancang Bangun Aplikasi Penjadwalan Praktikum di Laboratorium Komputer Universitas Dian Nuswantoro dengan Pendekatan Algoritma Genetika	Majalah Ilmiah DIAN, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, ISSN 1412-3088	Vol. 12, No.3, September 2012
10	Rancang Bangun Mobile GIS (Geographic Information System) Pencarian Lokasi ATM BNI Di Semarang Pada Media Ponsel Berbasis Android	SNASTIKOM MEDAN	Prosiding SNASTIKOM MEDAN, ISSN 978-602-19837-2-0
11	Rekayasa Model <i>Internet Marketing</i> Pada E-Supermuseum Batik untuk Meningkatkan Pemasaran Batik Produk Unggulan UKM Batik di Jawa Tengah	Prosiding SEMNASIF Yogyakarta, ISSN 1979-2328	Prosiding SEMNASIF Yogyakarta, ISSN 1979-2328
12	Sistem Pendukung Keputusan Kelayakan Kredit Sepeda Motor Honda di Nusantara Sakti Cabang Sukun Semarang dengan Metode <i>Scoring System</i>	Jurnal Teknologi Informasi Techno.COM	Jurnal Teknologi Informasi Techno.COM Vol. 12 No. 3 Agustus 2013
13	Translator Notasi Algoritmik dengan LL(*) Parsing dan String Template	Seminar dan Teknologi Informasi dan Multimedia 2014	ISSN : 2302-3805
14	Aspek Pedagogik Implementasi Translator Notasi Algoritmik Berbasis Parsing LL(*) Dan String Template	Jurnal Teknologi Informasi Techno.COM	Jurnal Teknologi Informasi Techno.COM Vol. 13 No. 1 Pebruari 2014
15	Rekayasa E-Market Untuk Kelompok Usaha Pemuda Binaan Dinas Pemuda Dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Produk Umkm	Prosiding SNATIF 2014	Prosiding SNATIF ke-1 2014 ISSN : 978-602-1180-04-4

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Jurnal Techno Science	Perancangan dan Implementasi Sistem Kunci Elektronik pada Locker dengan Media Bluetooth	2009 Fak. Teknik Udinus
2	COWISBI Pasca Sarjana Udinus	Teknik Proteksi SQL Injection dengan Konsep AMNESIA pada Aplikasi Web	2012 Pascasarjana Udinus
3	Lomba Mading Digital	Perkembangan TIK	2012 Udinus

4	Lomba Mading Digital	Cloud Computing	2013 Udinus
5	SNASTIKOM MEDAN	Rancang Bangun Mobile GIS (Geographic Information System) Pencarian Lokasi ATM BNI Di Semarang Pada Media Ponsel Berbasis Android	2013 Prosiding SNASTIKOM MEDAN
6	Prosiding SEMNASIF Yogyakarta	Rekayasa Model <i>Internet Marketing</i> Pada E-Supermuseum Batik untuk Meningkatkan Pemasaran Batik Produk Unggulan UKM Batik di Jawa Tengah	2013 Prosiding SEMNASIF Yogyakarta
7	Prosiding SNATIF UMK Kudus	Rekayasa E-Market Untuk Kelompok Usaha Pemuda Binaan Dinas Pemuda Dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM	2014 Prosiding SNATIF UMK Kudus

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Pemrograman Jaringan VB 6.0 & MySQL	2012	162	Widya Karya Semarang

H. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Dosen Pemula.

Semarang, 03-11-2014
Pengusul,



Ajib Susanto, M.Kom

BIODATA ANGGOTA PENELITI

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Wijanarto, S.Sos.,M.Kom.
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	0686.11.2009.354
5	NIDN	0628027003
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Yogyakarta, 28-02-1970
7	E-mail	wijanarto@dosen.dinus.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	081328635965
9	Alamat Kantor	Jl. Nakulo I 5 – 11 Semarang 50131
10	Nomor Telepon/Faks	024-3520165
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1 = 10 Orang
12. Mata Kuliah yg Diampu		1. Dasar Pemrograman
		2. Algoritma Dan Pemrograman
		3. Struktur Data
		4. Strategi Algoritma

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Brawijaya	Universitas Gajah Mada	
Bidang Ilmu	Ilmu Administrasi	Ilmu Komputer	
Tahun Masuk-Lulus	1990-1995	2004-2006	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Aspek Kultural Jawa Dalam Birokrasi Indonesia 1965-1992	Restorasi Citra Digital Dengan Algoritma Inpainting	
Nama Pembimbing/Promotor	Prof. Drs. Ismani, MPA. Drs. Irwan Noor MA.	Drs. Agus Harjoko, MSc.,Ph.D.	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2013	Translator Notasi Algoritmik untuk Pengajaran Pemrograman Dasar	PDP, Dirjen Dikti Jakarta	14,5

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2009	Campaign Olimpiade Peserta OSN SMA SEMESTA	SMA Semesta	
2	2010	Diklat Pranata Komputer Kejaksaan Tinggi Jateng	Kejaksaan Tinggi Jateng	
3	2013	Pembinaan OSK SMA 3 Semarang	SMA 3 Semarang	

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Tahun
1	Restorasi Citra Digital Dengan Algoritma Inpainting	Techno-Com	Vol. 8 No.1/2009
2	Image Retrieval Berdasarkan Properti Statistik Histogram	Techno-Science	Vol. 38 No.2/2009
3	Vulnerabilitas Program Buffer Overflow	Dian	Vol. 10 No.1/2010
4	Solusi Pencarian N-Puzzle Dengan Langkah Optimal : Suatu Aplikasi Pendekatan Fungsional	Techno-Com	Vol. 10. No.3/2011
5	Simulasi Dan Visualisasi Algoritma Greedy Pemilihan Koin Dalam Bentuk Game	Dian	Vol.11 No.3/2011
6	Perancangan Dan Pembangunan Aplikasi Perangkingan Penerimaan Peserta Didik Smp Hasanuddin 04 Semarang Dengan Promethee Method	Techno-Com	Vol. 11 No. 2/2012
7	Portabilitas Aplikasi Perangkingan Seleksi Penerimaan Siswa Baru Dengan Metode Promethee	Techno-Com	Vol. 11 No.4 2012
8	Model Translator Notasi Algoritmik Ke Bahasa C	KOMMIT Gunadharma	Vol. 7/2012

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	KOMMIT	Model Translator Notasi Algoritmik Ke Bahasa C	8 Oktober 2012, Universitas Gunadarma, Jakarta

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Teori Pengolahan Citra Digital	2009	255	Andi Offset
2	Strategi Dan Analisis Algoritma	2010	147	Universitas Dian Nuswantoro

H. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

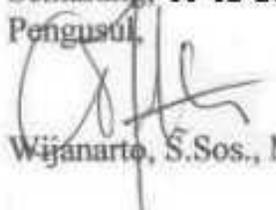
No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Dosen Pemula.

Semarang, 16-12-2013
Pengusul,

Wijanarto, S.Sos., M.Kom

BIODATA ANGGOTA PENELITI

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ibnu Utomo Wahyu Mulyono, M.Kom.
2	Jenis Kelamin	L
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0613127803
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Klaten, 13-12-1978
7	E-mail	ibnu.utomo.wm@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	08562654978
9	Alamat Kantor	Jl. Nakula I 5 – 11 Semarang 50131
10	Nomor Telepon/Faks	024-3520165
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	D3 = 6, S1 = 0 Orang
12.	Mata Kuliah yg Diampu	1. Pemrograman Berorientasi Obyek 2. Praktek Pemrograman Berorientasi Obyek 3. Pengantar Teknologi Informasi 4. Instalasi Jaringan 5. Sistem Operasi

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Dian Nuswantoro	Universitas Dian Nuswantoro	
Bidang Ilmu	Teknik Informatika	Teknik Informatika	
Tahun Masuk-Lulus	1997-2001	2008-2013	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Website Pariwisata di Kabupaten Klaten	Sistem Pembelajaran Pohon Biner dengan Strategi Problem Based Learning dan Pengaruhnya terhadap Pemahaman, Kemandirian dan Penalaran	
Nama Pembimbing/Promotor	Yuniarsi Rahayu, M.Kom	Dr.-Ing. Vincent Suhartono	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Peneitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Tahun
1	PERBANDINGAN PENCARIAN RUTE OPTIMAL PADA SISTEM NAVIGASI LALU LINTAS KOTA SEMARANG DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA A* DAN ALGORITMA DIJKSTRA	TECHNO COM	Vol. 9 / 2 / Mei / ISSN : 1412-2693 Tahun : 2010

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Dosen Pemula.

Semarang, 03-11- 2014
Anggota Pengusul,



(Ibnu Utomo W.M, M.Kom)

Lampiran III
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987



Kepada Yth. :
 Direktur Jenderal HKI
 melalui Direktur Hak Cipta,
 Desain Industri, Desain Tata Letak,
 Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
 di
 Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

- VI. Pencipta :
1. Nama : Ajib Susanto, M.Kom, Wijanarto, S.Sos., M.Kom, Ibnu Utomo WM, M.Kom
 2. Kewarganegaraan : Indonesia.
 3. Alamat : Pondok Mojopahit I B.13 Bandungrejo, Mranggen, Demak
- VII. Pemegang Hak Cipta :
1. Nama : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Dian Nuswantoro
 2. Kewarganegaraan : Indonesia
 3. Alamat : Jl. Nakula I No.5-11 Semarang 50131
- VIII. Kuasa :
1. Nama : -
 2. Kewarganegaraan : -
 3. Alamat : -
- IX. Jenis dan judul ciptaan yang dimohonkan : Karya tulis / "Rekayasa E-Market untuk Kelompok Usaha Pemuda Binaan Dinas Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Produk UMKM"
- X. Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia. : Senin, 21 Juli 2014 di Gedung G Universitas Dian Nuswantoro pada Kegiatan Monev Internal Laporan Kemajuan Penelitian Dosen Pemula di Semarang Jawa Tengah
- VIII. Uraian ciptaan : Ciptaan ini berupa Karya Tulis, Karya tulis ini merupakan hasil penelitian dosen pemula, yaitu rekayasa e-market online untuk Kelompok Usaha Binaan Dinpora Propinsi Jawa Tengah sebagai tempat pemasaran dan penjualan produk UMKM.

Semarang, 1 Oktober 2014
 Kepala Pusat Penelitian
 LP2M Universitas Dian Nuswantoro

Juli Ratnayati, SE, MSi
 NPP: 0686.11.2000.193

Rekapitulasi Penggunaan Dana Penelitian

Judul : REKAYASA E-MARKET UNTUK KELOMPOK USAHA
PEMUDA BINAAN DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA
PROPINSI JAWA TENGAH SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PEMASARAN DAN PENJUALAN
PRODUK UMKM

Skema Hibah : Penelitian Dosen Pemula

Peneliti / Pelaksana
Nama Ketua : AJIB SUSANTO M.Kom.
Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro
NIDN : 0615127404
Nama Anggota (1) : WIJARTO M.Kom
Nama Anggota (2) : IBNU UTOMO WAHYU MULYONO S.KOM, M.KOM
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun
Dana Tahun Berjalan : Rp 14.000.000,00
Dana Mulai Diterima Tanggal : 2014-06-27

Rincian Penggunaan

1. HONOR OUTPUT KEGIATAN				
Item Honor	Volume	Satuan	Honor/Jam (Rp)	Total (Rp)
1. Potongan PPN 10 %	1.00	1	890.909	890.909
2. Potongan PPh. Ps. 21 (5 %)	1.00	1	145.250	145.250
3. Honor Diskusi Grup Riset	3.00	orang	200.000	600.000
4. Honor Pengkodean	1.00	orang	500.000	500.000
5. Honor Pelaksana Penulisan Lap Kemajuan	1.00	orang	200.000	200.000
6. Honor Peneliti	40.00	jam	12.500	500.000
7. Honor Pengkodean	1.00	orang	500.000	500.000
8. Honor Peneliti	1.00	orang	200.000	200.000
Sub Total (Rp)				3.536.159,00
2. BELANJA BAHAN				
Item Bahan	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1. Konsumsi Diskusi	1.00	paket	89.500	89.500
2. Konsumsi Diskusi	1.00	paket	100.000	100.000
3. Voucher Pulsa	3.00	buah	50.000	150.000
4. USB Flashdisk 8 GB	2.00	buah	100.000	200.000

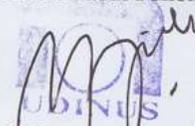
5. Modem CDMA	1.00	buah	950.000	950.000
6. Voucher Paket Data	1.00	buah	125.000	125.000
7. Biaya Domain dan Hosting	1.00	paket	544.500	544.500
8. Biaya instalasi CMS & setting web	1.00	paket	500.000	500.000
9. Konsumsi Diskusi	1.00	paket	99.500	99.500
10. Buku Folio	1.00	buah	13.500	13.500
11. Ballpoint	1.00	pack	50.000	50.000
12. Garisan	2.00	buah	2.500	5.000
13. Materai	4.00	buah	7.000	28.000
14. Box File Keranjang	4.00	buah	22.000	88.000
15. Buku Kwitansi	1.00	buah	25.000	25.000
16. Kertas A4 80 gram	5.00	rim	36.000	180.000
17. Kertas F4 70 gram	4.00	rim	37.000	148.000
18. Memory 2 GB	1.00	buah	974.000	974.000
19. Harddisk Ekternal 1 TB	1.00	buah	1.250.000	1.250.000
20. Voucher Paket data	1.00	paket	125.000	125.000
21. fc+Jilid Hard Cover	1.00	paket	150.000	150.000
22. Voucher pulsa	3.00	buah	50.000	150.000
23. MMC Camera 8 Gb	1.00	buah	100.000	100.000
24. Konsumsi	1.00	paket	50.000	50.000
25. Konsumsi Diskusi	1.00	paket	100.000	100.000
26. Biaya Prosiding	1.00	buah	500.000	500.000
27. Biaya akomodasi prosiding	1.00	paket	200.000	200.000
28. Penggandaan, FC	2000.00	lembar	150	300.000
29. Biaya pulsa internet	1.00	paket	150.000	150.000
30. Konsumsi	1.00	paket	100.000	100.000
31. Penggandaan, FC	1.00	paket	200.000	200.000
32. Penggandaan, Jilid	1.00	paket	200.000	200.000
33. Penggandaan, FC	3.00	buah	73.000	219.000
34. Pembelian FD	2.00	buah	200.000	400.000
Sub Total (Rp)				8.464.000,00

3. BELANJA BARANG NON OPERASIONAL LAINNYA

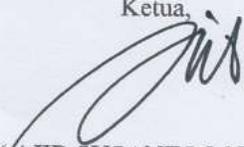
Item Barang	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
				Sub Total (Rp) 0

4. BELANJA PERJALANAN LAINNYA

Item Perjalanan	Volume	Satuan	Biaya Satuan (Rp)	Total (Rp)
1. Sewa Mobil	1.00	buah	250.000	250.000
2. Bahan Bakar	30.77	liter	6.500	200.005
3. Sewa Mobil	1.00	buah	250.000	250.000
4. Bahan Bakar	30.77	liter	6.500	200.005
5. Sewa Mobil	1.00	unit	250.000	250.000
6. Bahan Bakar	13.04	liter	11.500	149.960
7. Sewa Mobil	1.00	unit	250.000	250.000
8. Bahan Bakar	28.91	liter	6.500	187.915
9. Sewa Mobil	1.00	unit	250.000	250.000
10. Bahan Bakar	30.76	liter	6.500	199.940
				Sub Total (Rp) 2.187.824..99,00
				Total Pengeluaran Dalam Satu Tahun (Rp) 14.187.983..99,00


 Mengetahui,
 Ketua Pusat Penelitian

 (Jul Ratnawati, SE, M.Si)
 NIP/NIK 0686.11.2000.193

Semarang, 3 - 11 - 2014
 Ketua,


 ((AJIB SUSANTO M.Kom.)
 NIP/NIK 0686.11.2000.253