

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

#### **3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan**

Dengan berjalannya Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan, tentu terdapat masalah yang dapat timbul meliputi beberapa aspek penting. Pertama, kurangnya pengenalan Wisata dan UMKM kepada masyarakat luas guna meningkatkan penjualan produk dan kunjungan wisatawan, Selain itu terbatasnya pengetahuan pelaku wisata dan umkm mengenai pemanfaatan teknologi untuk pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Bagi penulis sendiri latar belakang dilakukannya kerja praktek ini yaitu sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Strata 1 Sistem Informasi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Adapun program yang dibuat tim PPK Ormawa adalah “Sistem KEMILING.COM dalam membangun Kepariwisataan Kearifan Lokal di Bandar Lampung. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Sistem KEMILING.COM memungkinkan para pelaku usaha yang ada untuk dapat lebih mudah terhubung dengan pasar, baik itu dari sektor pariwisata maupun yang lainnya, serta mencakup pasar domestik atau mancanegara. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang dunia digital, namun juga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat lokal, serta mempromosikan keberagaman budaya dan kearifan lokal Bandar Lampung kepada dunia luar. Oleh karena itu, Sistem KEMILING.COM yang merupakan produk tim PPK Ormawa menjadi inovasi yang efektif dalam membangun kepariwisataan kearifan lokal, Kemiling secara khusus dengan memanfaatkan potensi digital untuk memperkuat

partisipasi masyarakat dan mempromosikan kearifan lokal secara lebih luas.

### **3.1.1 Temuan Masalah**

1. Kurangnya Pengetahuan Teknologi di Kalangan UMKM, Hal ini menghambat mereka dalam memanfaatkan potensi platform online secara maksimal, sehingga pengenalan produk mereka ke pasar yang lebih luas menjadi kurang efektif.
2. Minimnya Konten Digital Berkualitas serta materi promosi mengenai wisata dan UMKM di Kemiling seperti foto, video, dan deskripsi yang menarik, mengurangi daya tarik website dan efektivitas promosi yang dihasilkan

### **3.1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang terjadi, rumusan masalah yang dapat diambil yaitu :

1. Bagaimana meningkatkan pengetahuan teknologi di kalangan UMKM dan Pelaku Wisata?
2. Bagaimana meningkatkan daya tarik website dan efektivitas promosi yang dihasilkan?

### **3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, ada dua pertanyaan penelitian yang bisa dirumuskan :

1. Pelatihan dan pendampingan digital marketing

kepada pelaku Wisata dan UMKM

2. Mengembangkan website KEMILING.COM dengan visual yang menarik sehingga menarik perhatian masyarakat

### **3.2 Landasan Teori**

Website KEMILING.COM berfungsi sebagai platform untuk memberdayakan masyarakat lokal, khususnya pelaku UMKM, wisata, dan budaya yang ada di daerah Kemiling. Melalui media digital, mereka dapat mengembangkan usaha dan melestarikan budaya secara mandiri, memperluas jangkauan, serta meningkatkan taraf hidup mereka.

Menurut Rogers (2023) teori adopsi inovasi menjelaskan bagaimana teknologi baru diadopsi oleh individu dan organisasi. Teori ini penting dalam konteks pengembangan teknologi digital untuk UMKM dan destinasi wisata, karena pemahaman tentang proses adopsi dapat membantu dalam merancang strategi untuk memperkenalkan dan mengimplementasikan teknologi baru secara efektif.

Pengembangan sistem ini bertujuan untuk mengenalkan produk UMKM yang ada di Kemiling sekaligus Wisata yang ada di dalamnya, Meningkatkan produk penjualan bagi UMKM, serta mempermudah masyarakat luar yang ingin mengetahui alamat, jam operasional serta produk yang dijual tanpa harus berkunjung dahulu ke Kemiling.

Landasan teori program KEMILING.COM mencakup konsep pemberdayaan masyarakat, pelestarian budaya, serta partisipasi dalam pembangunan. Tujuan PPK Ormawa adalah memperkuat kapasitas organisasi kemahasiswaan serta memberikan dampak sosial yang positif dan berkelanjutan pada masyarakat kemiling.

Menurut Gronroos (2022) menyatakan bahwa pengembangan UMKM, khususnya dalam sektor layanan seperti wisata, memerlukan

strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk.

### **3.3 Metode yang Digunakan**

#### **3.3.1 Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa sumber *yaitu pre-post test* dan melakukan wawancara langsung dengan pelaku UMKM, Pengelola wisata dan budaya yang ada di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Data yang dikumpulkan pada wisata sendiri merupakan informasi seperti Nama tempat wisata, Alamat lengkap, jam operasional, serta harga tiket masuk. Sementara untuk UMKM sendiri data yang dikumpulkan adalah seperti harga produk , Foto Produk , Alamat lengkap dan *contact person*.

#### **3.3.2 Analisis data**

Data yang dikumpulkan dari hasil penelitian untuk mengidentifikasi pengguna yang akan mengakses situs. Untuk UMKM mencari platform sebagai alat untuk memasarkan produk. Untuk wisata memungkinkan wisatawan lokal maupun internasional mencari informasi tentang destinasi wisata. Untuk budaya menargetkan masyarakat untuk melestarikan dan mencintai budaya setempat.

### **3.4 Rancangan Program yang akan dibuat**

Rancangan program website kemiling.com yang berfokus pada UMKM, wisata, dan budaya ini mencakup fitur utama, serta alur kerja sistem keberhasilan pengembangan website. Pembuatan website kemiling.com menggunakan beberapa tahapan yaitu :

#### **3.4.1 Tahap Perancangan**

Tahap awal dalam pengembangan Kemiling.com adalah melakukan analisis kebutuhan pengguna, baik untuk pelaku UMKM maupun wisatawan yang mencari informasi terkait destinasi wisata dan UMKM di Kecamatan Kemiling.

### **3.4.2 Tahap Pengembangan**

Pengembangan Kemiling.com menggunakan platform WordPress, yang dipilih karena kemudahan penggunaan serta fleksibilitasnya dalam menambahkan plugin dan melakukan penyesuaian desain. Beberapa plugin yang diimplementasikan antara lain:

- a. Elementor: Digunakan untuk membantu dalam desain halaman secara visual, sehingga lebih mudah dalam pengelolaan konten.
- b. Essential Addons: Digunakan untuk fitur e-commerce UMKM, yang memungkinkan pelaku UMKM menjual produk secara online dengan menampilkan produk berupa Wisata dan UMKM yang ada di Kemiling.

Fitur unggulan yang berhasil diterapkan antara lain:

1. Direktori Wisata: Menyediakan informasi tentang objek wisata di Kecamatan Kemiling, lengkap dengan deskripsi, lokasi, dan galeri foto.
2. Profil UMKM: Menampilkan informasi yang menampilkan produk unggulan mereka, kontak, dan detail usaha.
3. Profil Budaya: Menampilkan informasi berupa budaya apa saja yang ada di Kemiling.

### **3.4.3 Tahap Uji Coba**

Setelah pengembangan selesai, dilakukan uji coba (testing) terhadap beberapa fitur penting, yaitu Uji Responsif. Pengujian dilakukan pada berbagai perangkat seperti smartphone, tablet, dan desktop untuk memastikan tampilan yang responsif.