

## TESIS

# PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGHUBUNG KONSUMEN

## LUAT PASKA SIPAHUTAR



PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH  
SEKOLAH PASCASARJANA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025

## PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Perancangan Website Informasi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai Media Promosi dan Penghubung Konsumen” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Luat Paska Sipahutar  
P0504231003

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## RINGKASAN

Luas Paska Sipahutar Perancangan *Website* Informasi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai Media Promosi dan Penghubung Konsumen. Dibimbing oleh Muhammad Findi dan Shelve Nidya Neyman.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian daerah dan nasional. Kementerian Koperasi dan UKM berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat serta memperluas lapangan kerja, terutama di daerah berkembang diantaranya Kabupaten Bekasi. Ditengah arus globalisasi dan digitalisasi, banyak UMKM yang masih mengandalkan metode promosi konvensional, sehingga keterbatasan dalam menjangkau pasar menjadi tantangan utama Kabupaten Bekasi, UMKM berkembang seperti makanan, kerajinan tangan, fashion, dan produk berbasis teknologi. Pelaku UMKM yang masih menghadapi keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas, terutama akibat minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran. UMKM masih mengandalkan metode promosi konvensional seperti bazar lokal, brosur, dan promosi mulut ke mulut, menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau konsumen potensial yang lebih luas skala regional, nasional dan global. Kurangnya akses terhadap platform digital yang terintegrasi juga menghambat perkembangan jaringan usaha dan peluang ekspansi pasar.

Penelitian dilaksanakan kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Pengambilan data produk UMKM diantaranya olahan industri makanan, minuman, dan sandang. Pengisian kuisioner dilakukan pada pengguna *website* yang dibuat. Perancangan *website* menggunakan laptop lenovo dengan spesifik *Accelerated Processing Unit* A8-6410, 4 gigabyte *Random Access Memory* dan sistem operasi windows 10 pro.

Total 150 produk UMKM meliputi tas kulit, kain perca, tusuk silang, tenun dan kerajinan. Makanan olahan diantaranya lumpia, brownies, kue pia, nata de coco, lapis legit, keripik jagung, keripik buah, dan bandeng presto, serta minuman tradisional. Dengan menggunakan rebranding dalam menarik pelanggan dengan desain logo bernama [www.produkumkmsejahtera.com](http://www.produkumkmsejahtera.com). Membuat tampilan desain web UMKM, teknologi CSS dan HTML digunakan. Uji validitas dilakukan pada 50 responden dapat disimpulkan seluruh item instrumen penelitian dinyatakan benar terhadap produk UMKM memiliki korelasi item total  $> 0,60$ . Setelah diuji dengan metode alpha Cronbach, variabel ini memiliki nilai alfa Cronbach 0,956, yang menunjukkan bahwa reliabilitasnya baik dan dapat diterima dengan nilai di atas 0,60.

Kata Kunci: Peluang UMKM Bekasi, Promosi UMKM, dan Market.

## SUMMARY

Luat Paska Sipahutar Designing a *Website* for Information on Micro, Small and Medium Enterprises Products as a Promotional Media and Consumer. Supervised by Muhammad Findi and Shelve Nidya Neyman.

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) have an important role in the regional and national economy. The Ministry of Cooperatives and SMEs plays a role in increasing people's income and expanding employment opportunities, especially in developing areas including Bekasi Regency. In the midst of globalization and digitalization, many MSMEs still rely on conventional promotional methods, so that limitations in reaching the market are the main challenge in Bekasi Regency, MSMEs are developing such as food, handicrafts, fashion, and technology-based products. MSME actors who still face limitations in accessing a wider market, especially due to the minimal use of digital technology for promotion and marketing. MSMEs in Bekasi Regency still rely on conventional promotional methods such as local bazaars, brochures, and word of mouth promotions, causing limitations in reaching potential consumers on a wider regional, national and global scale. Lack of access to an integrated digital platform also hampers the development of business networks and market expansion opportunities.

The study was conducted in Bekasi Regency, West Java Province. Data collection on MSME products included processed food, beverage, and clothing industries. The questionnaire was filled out on users of the website that was created. Website design using a Lenovo laptop with specific Accelerated Processing Unit A8-6410, 4 gigabytes of Random Access Memory and Windows 10 Pro operating system.

Amount 150 MSME products include leather bags, patchwork, cross stitch, weaving and crafts. Processed foods include spring rolls, brownies, pia cakes, nata de coco, lapis legit, corn chips, fruit chips, and presto milkfish, as well as traditional drinks. By using rebranding to attract customers with a logo design called [www.produkumkmsejahtera.com](http://www.produkumkmsejahtera.com). Creating an MSME web design display, CSS and HTML technology are used. Validity tests were carried out on 50 respondents, it can be concluded that all research instrument items were declared correct against MSME products having a total item correlation > 65.468. After being tested using the Cronbach alpha method, this variable has a Cronbach alpha value of 0.956, which indicates that its reliability is good and acceptable with a value above 0.60. Keywords: Bekasi MSME Opportunities, MSME Promotion, and Market.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

©Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **PERANCANGAN WEBSITE INFORMASI PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGHUBUNG KONSUMEN**

## **LUAT PASKA SIPAHUTAR**

Tesis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Sains pada  
Program Studi Pengembangan Industri Kecil Menengah

**PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH  
SEKOLAH PASCASARJANA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



*@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji Pada Ujian Tesis :  
Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo DEA  
Dr. Ir. Sapta Raharja DEA

Judul Tesis : Perancangan *Website* Informasi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai Media Promosi dan Penghubung Konsumen.

Nama : Luat Paska Sipahutar

NIM : P0504231003

Disetujui,

Pembimbing I :

Assoc. Prof. Dr Muhammad Findi



Pembimbing II

Dr. Shelvie Nidya Neyman, M.Si



Diketahui,

Ketua Program Studi :

Dr. Ir. Sapta Raharja DEA  
NIP. 196310261990021001



Dekan Sekolah Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Dodik Ridho Nurrochmat, M.Sc.F.Trop, IPU  
NIP. 19700329 199608 1001



Tanggal Ujian: 24 Mei 2025

Tanggal Pengesahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul Perancangan *Website* Informasi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai Media Promosi dan Penghubung Konsumen. Tesis ini merupakan tugas akhir dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen Pengembangan Ilmu Industri Kecil dan Menengah, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Aston Sipahutar S.Pd., dan Ibu Rusta Sitanggang yang setiap hari memberi semangat, doa, dan dukungan materil. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr Muhammad Findi dan Dr. Shelve Nidya Neyman, M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, nasehat, dan bimbingan dalam penyusunan karya ilmiah.
2. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Pengembangan Ilmu Industri Kecil dan Menengah Fakultas Peternakan dan Perikanan atas bimbingan serta ilmu yang diberikan kepada penulis.
3. Kepada Fransiska Panggabean, Surya Sihite A.Md., S.Kom yang sudah merancang dan membuat *website*, hingga *website* dapat digunakan
4. Teman-teman angkatan 30, 31, dan 32 Program Studi Pengembangan Industri Kecil dan Menengah, Institut Pertanian Bogor yang selalu memotivasi penulis serta memberikan dukungan materil terkhusus.
5. Kepada teman-teman organisasi internal Himpunan Mahasiswa Wirausaha (HIMAWIPA) dan eksternal Perhimpunan Mahasiswa Katolik Republik Indonesia (PMKRI) yang telah memberikan motivasi hingga karya Ilmiah dapat terselesaikan.
6. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebut namanya satu persatu tetapi telah memberikan dukungan baik moral maupun materil, semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dapat menjadi pahala yang berlimpah, amin.

Penulis menyadari bahwa karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, demi peningkatan mutu karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Bogor, Juni 2025

Luat Paska Sipahutar

## DAFTAR ISI

|                                                     |       |
|-----------------------------------------------------|-------|
| PERNYATAAN MENGENAI TESIS                           | ii    |
| RINGKASAN                                           | iii   |
| PRAKATA                                             | ix    |
| DAFTAR ISI                                          | x     |
| DAFTAR TABEL                                        | xii   |
| DAFTAR GAMBAR                                       | xii   |
| DAFTAR LAMPIRAN                                     | xii   |
| <br>I. PENDAHULUAN                                  | <br>1 |
| 1.1 Latar Belakang                                  | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah                                 | 4     |
| 1.3 Tujuan                                          | 5     |
| 1.4 Manfaat Penelitian                              | 5     |
| 1.5 Kerangka Pemikiran                              | 6     |
| II. TINJAUAN PUSTAKA                                | 7     |
| 2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah                  | 7     |
| 2.1.1 Definisi dan Karakteristik UMKM               | 7     |
| 2.1.2 Tantangan UMKM di Era Digital                 | 8     |
| 2.1.3 Peluang Digitalisasi UMKM                     | 9     |
| 2.2 Sistem Informasi dan <i>Website</i>             | 10    |
| 2.2.1 Konsep Sistem Informasi                       | 10    |
| 2.2.2 <i>Website</i> sebagai Media Informasi        | 11    |
| 2.2.3 Teknologi Pembangunan <i>Website</i>          | 12    |
| 2.2.3.1 <i>Java Script</i>                          | 12    |
| 2.2.3.2 <i>HTML</i>                                 | 13    |
| 2.2.3.3 <i>Unified Modeling Language</i>            | 13    |
| 2.2.3.4 <i>PHP</i>                                  | 14    |
| 2.3 Konsep Dasar User Interface dan User Experience | 15    |
| 2.3.1 User Experience                               | 15    |
| 2.3.2 User Interface                                | 16    |
| 2.4 Perancangan UI/UX untuk <i>Website</i> UMKM     | 18    |
| 2.5 Pengelolaan Data dan Pembaruan Real-Time        | 20    |
| 2.5.1 Web Based System                              | 20    |
| 2.5.2 Monitoring System                             | 20    |

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.6 Strategi Partisipasi UMKM di Platform Digital                            | 21 |
| 2.7 Pemasaran dan Promosi                                                    | 27 |
| III. METODOLOGI PENELITIAN                                                   | 23 |
| 3.1 Waktu Penelitian                                                         | 23 |
| 3.2 Pengamatan Produk UMKM                                                   | 23 |
| 3.3 Alat dan Bahan                                                           | 24 |
| 3.4 Prosedur Penelitian                                                      | 24 |
| 3.4.1 Pengumpulan data harga produk UMKM                                     | 24 |
| 3.4.2 Desain <i>website</i> untuk pencarian dan akses informasi UMKM         | 25 |
| 3.4.3 Teknologi <i>website</i> responsif, aman, dan kompatibel               | 26 |
| 3.4.4 Pembaruan data produk secara real-time                                 | 28 |
| 3.4.5 Strategi <i>website</i> untuk pelaku UMKM dalam peningkatan nilai jual | 29 |
| 3.4.6 Indikator dan metode evaluasi keberhasilan <i>website</i>              | 29 |
| 3.5 Peubah yang Diamati                                                      | 30 |
| 3.5.1 Pembaruan Sistem Informasi <i>Website</i>                              | 30 |
| 3.5.2 Trafik dan Interaksi Pengguna                                          | 30 |
| 3.5.3 Tingkat kepuasan pelanggan                                             | 30 |
| 3.5.3.1 Total Skor Setiap Responden                                          | 31 |
| 3.5.3.2 Total Keseluruhan                                                    | 31 |
| 3.5.3.3 Rata-Rata Skor Pernyataan                                            | 31 |
| 3.5.3.4 Rata-Rata Skor Keseluruhan                                           | 31 |
| 3.5.3.5 Tingkat Kepuasan dalam Persentase                                    | 31 |
| 3.5.6 Uji Validitas dan Kreadibilitas                                        | 32 |
| 3.5.7 Kuisioner Penelian Kepuasan Pengguna <i>Website</i>                    | 32 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                                                      | 34 |
| 4.1 Hasil                                                                    | 34 |
| 4.1.1 Produk UMKM                                                            | 34 |
| 4.1.2 Desain <i>Website</i> dan Fitur UMKM                                   | 35 |
| 4.1.3 Implementasi <i>Website</i> Produk UMKM                                | 37 |
| 4.1.3.1 Implementasi Admin                                                   | 37 |
| 4.1.3.1.1 Implementasi Login                                                 | 37 |
| 4.1.3.1.2 Implementasi Tambah Produk                                         | 37 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.3.1.3 Implementasi daftar Produk                           | 39 |
| 4.1.3.2 Implementasi Customer                                  | 39 |
| 4.1.4 Pengunjung <i>Website</i>                                | 40 |
| 4.1.5 Ulasan Pengguna <i>Website</i>                           | 42 |
| 4.2 Pembahasan                                                 | 43 |
| 4.2.1 Produk UMKM                                              | 43 |
| 4.2.2 Desain Pengguna <i>Website</i> dan Pencarian Produk UMKM | 44 |
| 4.2.3 Pengunjung <i>Website</i>                                | 45 |
| 4.2.4 Ulasan Pengguna <i>Website</i>                           | 47 |
| V SIMPULAN DAN SARAN                                           | 49 |
| 5.1 Simpulan                                                   | 49 |
| 5.2 Saran                                                      | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA                                                 | 50 |
| LAMPIRAN                                                       | 59 |
| RIWAYAT PENULIS                                                | 63 |

#### DAFTAR TABEL

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Kriteria usaha kecil dan menengah                                               | 8  |
| 2. Alat dan bahan yang akan digunakan dalam penelitian                             | 24 |
| 3. Analisis Kebutuhan Fungsional                                                   | 27 |
| 4. Analisis Kebutuhan Non Fungsional                                               | 28 |
| 5. Kuisioner Penelian Kepuasan Pengguna <i>Website</i>                             | 33 |
| 6. Nilai profit dalam penjualan produk UMKM pada website                           | 34 |
| 7. Atribut <i>e-commerce</i> pada <i>website</i> dalam kebutuhan UMKM dan customer | 37 |
| 8. Nilai cronbach's alpha pada ulasan penggunaan <i>website</i>                    | 42 |

#### DAFTAR GAMBAR

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 1. Kerangka Pemikiran                                        | 6  |
| 2. Konsep dasar web                                          | 10 |
| 3. Langkah metode Design Thingking                           | 20 |
| 4. Desain <i>website</i> UMKM untuk costomer dan pelaku UMKM | 26 |
| 5. Produk <i>UMKM</i>                                        | 34 |
| 6. Bagan pada <i>website</i> produk UMKM sejahtera           | 35 |
| 7. Fitur jumlah pengunjung pada <i>website</i>               | 36 |
| 8. Implementasi login pada admin                             | 37 |
| 9. Implementasi penamabahan produk UMKM                      | 39 |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 10. Implementasi daftar produk                                    | 39 |
| 11. Produk UMKM Sejahtera                                         | 40 |
| 12. Jumlah pengunjung <i>website</i> UMKM                         | 40 |
| 13. Grafik pengunjung dalam penggunaan <i>website</i>             | 41 |
| 14. Tingkat promosi <i>website</i>                                | 41 |
| 15. Script dalam pembuatan produk UMKM pada <i>website</i>        | 44 |
| 16. Grafik harian pengunjung <i>website</i> produk UMKM sejahtera | 46 |

#### DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Uji validitas data kuisioner                                         | 60 |
| 2. Script <i>website</i> dalam pembuatan produk UMKM sejahtera          | 62 |
| 3. Respon konsumen pada <i>website</i> dalam komunikasi kepada supplier | 64 |