
**PERANCANGAN BANGUN SISTEM INFORMASI PASAR EKRAF
(EKONOMI KREATIF) KOTA METRO BERBASIS WEB
SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN TRANSAKSI**

Damar Galih Prasetyo¹, Sita Muharni², Eka Gustinasari³

Universitas Dharma Wacana, Lampung

email: ¹damargalihprasetyo0@gmail.com, ²sitamuharni@dharmawacana.ac.id,

³ekagustinasari@dharmawacana.ac.id

Abstract: *The development of the creative economy market faces challenges related to the integration of creative activities into the scope of public production, the need for market transformation that is in line with the nature of creative works, and the emergence of a creative market characterized by stable demand, consistent supply, and free prices. Factors that influence the rate of development of the creative industry include economic and political instability, low purchasing power, high operating costs, and limited support from the state, which causes stagnation and decline in sectors such as MSMEs. The creative market in Lampung Province faces various challenges, including problems related to government supervision in the distribution of aid, the lack of optimal marketing strategies for MSMEs, environmental degradation that affects MSMEs, slow economic growth that has an impact on poverty levels, and inadequate professional management of MSMEs. In conducting this research, the software development method that can be used to create this system is the Rapid Application Development (RAD) method, which aims to make the system created or developed useful according to the needs in terms of the function of the software.*

Keywords : MSME, Creative Economy Market, RAD (Rapid Application Development)

Abstrak: Perkembangan pasar ekonomi kreatif menghadapi tantangan terkait integrasi kegiatan kreatif ke dalam lingkup produksi publik, perlunya transformasi pasar yang sejalan dengan hakikat karya kreatif, dan munculnya pasar kreatif yang ditandai oleh permintaan yang stabil, pasokan yang konsisten, dan harga yang bebas. Faktor-faktor yang memengaruhi laju perkembangan industri kreatif antara lain ketidakstabilan ekonomi dan politik, daya beli yang rendah, biaya operasional yang tinggi, dan terbatasnya dukungan dari negara, yang menyebabkan stagnasi dan penurunan pada sektor-sektor seperti UMKM. Pasar kreatif di Provinsi Lampung menghadapi berbagai tantangan, antara lain permasalahan terkait pengawasan pemerintah dalam penyaluran bantuan, belum optimalnya strategi pemasaran bagi UMKM, degradasi lingkungan yang berdampak pada UMKM, pertumbuhan ekonomi yang lambat sehingga berdampak pada tingkat kemiskinan, dan belum memadainya pengelolaan UMKM secara profesional. Dalam melakukan penelitian ini, metode pengembangan perangkat lunak yang dapat digunakan untuk membuat sistem ini adalah metode Rapid Application Development (RAD), yang bertujuan agar sistem yang dibuat atau dikembangkan bermanfaat sesuai dengan kebutuhan dari segi fungsi perangkat lunaknya.

Kata kunci: UMKM, Pasar Ekonomi Kreatif, RAD (Rapid Application Development)

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar ekonomi kreatif menghadapi tantangan terkait dengan integrasi kegiatan kreatif ke dalam

lingkup produksi publik, kebutuhan akan transformasi pasar yang selaras dengan sifat karya kreatif, dan munculnya pasar kreatif yang ditandai dengan permintaan yang stabil, penawaran yang konsisten,

dan harga gratis. Faktor-faktor yang mempengaruhi laju perkembangan industri kreatif termasuk ketidakstabilan ekonomi dan politik, daya beli yang rendah, biaya operasional yang tinggi, dan dukungan terbatas dari negara, yang menyebabkan stagnasi dan penurunan di sektor-sektor seperti UMKM. Pertumbuhan ekonomi kreatif didorong oleh modal manusia, kreativitas, dan lingkungan teknologi, ekonomi, dan sosial yang menguntungkan. Selain itu, ekonomi budaya kreatif, dengan biaya masuk yang tinggi, ketidakpastian, dan produksi padat pengetahuan, memanfaatkan teknologi canggih tetapi mungkin menghadapi tantangan dalam transisi ke teknologi yang lebih baru karena biaya yang signifikan. Memahami dinamika ini sangat penting untuk mempromosikan dan memfasilitasi transaksi dalam pasar ekonomi kreatif. Pertumbuhan pasar ekonomi kreatif menghadapi beberapa tantangan. Tantangan-tantangan ini termasuk kompleksitas sosio-geografis yang memperumit gagasan pertumbuhan ekonomi regional melalui industri kreatif, perubahan tren konsumen yang cepat dan tidak dapat diprediksi, terutama diperburuk oleh peristiwa seperti pandemi COVID-19, dan keseimbangan halus yang diperlukan dalam hak kekayaan intelektual untuk menghindari menghambat perkembangan ekonomi kreatif. Selain itu, kebutuhan teater opera untuk menavigasi ketegangan antara tradisi dan perlunya promosi digital untuk menarik penonton yang lebih baru menimbulkan tantangan yang signifikan dalam konteks ekonomi tayangan. Mengatasi hambatan-hambatan ini menuntut pendekatan strategis yang mempertimbangkan modal manusia, kemajuan teknologi, dan paradigma sosial dan ekonomi yang berkembang sangat penting untuk menumbuhkan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif. Pasar ekonomi kreatif di Provinsi Lampung menghadapi berbagai tantangan, termasuk masalah yang

berkaitan dengan pengawasan pemerintah dalam distribusi bantuan, kurangnya strategi pemasaran yang optimal untuk UMKM, degradasi lingkungan yang mempengaruhi UMKM, pertumbuhan ekonomi lambat yang berdampak pada tingkat kemiskinan, dan pengelolaan profesional UMKM yang tidak memadai. Masalah-masalah ini menyoroti perlunya peningkatan koordinasi antara lembaga pemerintah, peningkatan komunikasi pemasaran, praktik keberlanjutan lingkungan yang lebih baik, prioritas variabel pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan keterlibatan masyarakat dalam mengelola dan mendapatkan manfaat dari inisiatif ekonomi kreatif. Mengatasi tantangan tersebut melalui kebijakan yang efektif, kolaborasi, dan upaya pemberdayaan masyarakat dapat membantu mengatasi masalah pasar yang dihadapi oleh sektor ekonomi kreatif di Provinsi Lampung.

Pengembangan pasar ekonomi kreatif di Provinsi Lampung merupakan upaya kolaboratif yang melibatkan pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten dan kota, dan berbagai pemangku kepentingan. Peran pemerintah meliputi kegiatan seperti meningkatkan kesadaran, pelatihan kapasitas, memberikan bantuan, pemasaran, dan pinjaman modal untuk memberdayakan komunitas industri berbasis ekonomi kreatif. Selain itu, pemerintah di Provinsi Lampung berfokus pada peningkatan upaya ekonomi, terutama dalam kerajinan kreatif, untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan. Selain itu, ada kebutuhan untuk koordinasi, kolaborasi, dan komunikasi pemasaran yang intensif untuk mengoptimalkan potensi agrowisata di wilayah tersebut, menekankan pengalaman otentik dan keterlibatan aktor lokal dalam proses pemasaran. Secara keseluruhan, upaya pemerintah dan keterlibatan pemangku kepentingan memainkan peran penting dalam menumbuhkan pasar ekonomi kreatif

Pasar ekonomi kreatif di Provinsi Lampung menghadapi berbagai tantangan, termasuk masalah yang berkaitan dengan pengawasan pemerintah dalam distribusi bantuan, kurangnya strategi pemasaran yang optimal untuk UMKM, degradasi lingkungan yang mempengaruhi UMKM, pertumbuhan ekonomi lambat yang berdampak pada tingkat kemiskinan, dan pengelolaan profesional UMKM yang tidak memadai. Masalah-masalah ini menyebabkan perlunya peningkatan koordinasi antara lembaga pemerintah, peningkatan komunikasi pemasaran, praktik keberlanjutan lingkungan yang lebih baik, prioritas variabel pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan keterlibatan masyarakat dalam mengelola dan mendapatkan manfaat dari inisiatif ekonomi kreatif. Mengatasi tantangan tersebut melalui kebijakan yang efektif, kolaborasi, dan upaya pemberdayaan masyarakat dapat membantu mengatasi masalah pasar yang dihadapi oleh sektor ekonomi kreatif di Provinsi Lampung.

METODE

Metode yang dilakukan untuk proses pengumpulan data seperti data informasi yang ada pada Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) Kota Metro. Adapun metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap Kabid Ekonomi Kreatif mengenai jalannya proses promosi dan transaksi pada Pasar Ekonomi Kreatif Kota Metro. Penulis juga melakukan wawancara terhadap beberapa pelaku UMKM yang ada di Pasar Ekonomi Kreatif mengenai program yang sudah dipakai.

Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung pada Dinas Ekonomi Kreatif

dan UMKM. Penulis mengamati sistem promosi dan transaksi yang berjalan di Kota Metro. Hasil dari pengamatan tersebut langsung dicatat oleh peneliti dan dari kegiatan pengamatan dapat diketahui kesalahan atau proses dan kegiatan tersebut.

Studi Literatur

Selain melakukan kegiatan wawancara dan pengamatan penulis juga melakukan studi kepustakaan melalui referensi-referensi yang ada di perpustakaan, internet atau di tempat lain.

Metode Pengembangan sistem

Dalam melakukan penelitian ini metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan untuk membuat sistem ini adalah metode Rapid Application Development (RAD) metode ini bertujuan agar sistem yang akan dibuat atau dikembangkan sehingga bisa menguntungkan sesuai dengan fungsi kegunaan perangkat lunak tersebut. Model proses pengembangan perangkat lunak yang



Gambar 1 Ilustrasi Model RAD

bersifat incremental, terutama untuk waktu pengerjaan yang singkat, dikenal sebagai Rapid Application Development (RAD).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Pengembangan Sistem

Dalam melakukan penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengembangan perangkat lunak untuk membuat “Rancangan Bangun Sistem Informasi Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) Kota Metro berbasis Web Sebagai Media Promosi dan Transaksi” Peneliti memilih metode Rapid

Application Development (RAD) karena itu akan membantu sistem yang akan dibuat atau diciptakan berdasarkan dengan kebutuhan dalam fungsi kegunaan perangkat lunak tersebut. Didalam metode ini *RAD* memiliki beberapa tahapan yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Analisa

Pada tahap analisa peneliti memberikan sebuah jawaban dari sebuah pertanyaan siapa yang akan menggunakan perangkat lunak, apa yang akan dilakukan oleh perangkat lunak, dimana dan kapan perangkat lunak tersebut digunakan. Pada tahapan ini peneliti yang akan menjelaskan bagaimana proses membangun ide dari pembuatan “Rancangan Bangun Sistem Informasi Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) Kota Metro berbasis Web Sebagai Media Promosi dan Transaksi”.

Analisa sistem informasi Ketika sedang berjalan

Setelah melakukan analisis terhadap sistem Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) Kota Metro, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat beberapa permasalahan yang ada pada sistem tersebut. Adapun kelemahan dari sistem ini yang sedang berjalan tersebut adalah sebagai berikut:

Media Informasi saat ini masih menggunakan Sosial Media yaitu Instagram, seperti gambar berikut.

Untuk Pemesanan Event atau Tenant masih menggunakan Via WA yang tertera atau dikirim oleh Pihak Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) Kota Metro melalui Instagram, seperti gambar berikut

Analisa Sistem Informasi Pasar EKRAF Yang Akan Diajukan

Gambar 3 Use Case Whatsaap

Analisa sistem informasi yang diusulkan dalam “Rancangan Bangun Sistem Informasi Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) Kota Metro berbasis Web Sebagai Media Promosi dan Transaksi” adalah sebagai berikut :

Desain Sistem

Tahap ini lebih menekankan pada tahap desain sistem secara menyeluruh. Desain sistem yang dilakukan lebih untuk menindak lanjuti tahap sebelumnya dan sebagai referensi pembuatan program. Pada saat ini, penulis melakukan perancangan menggunakan Unified Modeling Language (UML). Di mana aktifitas, kelas, dan squance diagram adalah desain use case.

Use Case Diagram

Use Case Diagram (UCD) adalah Diagram pada Sistem Informasi Pasar EKRAF yang melibatkan 3 aktor yaitu Admin Pasar EKRAF, Reseller Pasar EKRAF, & Masyarakat. Gambar 3.3 menunjukkan contoh penggunaan penejelasan sistem pasar EKRAF.

Halaman Website Sistem Informasi Pasar EKRAF (Ekonomi Kreatif) dan pada pembahasan ini menjelaskan mengenai isi dan fungsi dari tiap-tiap halaman pada sistem, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada pembahasan dibawah ini:

Tampilan Halaman Web

Berdasarkan rancangan interface yang telah dibuat, maka berikut ini akan dijelaskan mengenai beberapa tampilan yang sudah diracang sedemikian.

Tampilan Halaman Utama

Menu utama adalah tampilan awal Halaman Web, terdapat beberapa pilihan di Halaman Utama, Sebagai berikut:



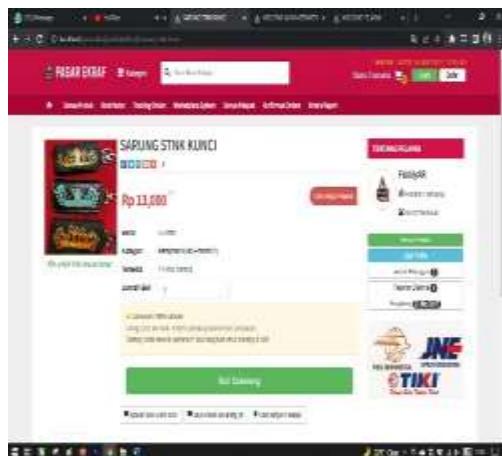
Gambar 1 Halaman Utama



Gambar 2 Halaman Berita



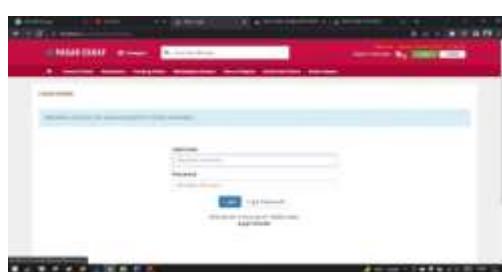
Gambar 3 Halaman Semua Produk



Gambar 4 Halaman Produk



Gambar 5 Halaman Transaksi



Gambar 6 Halaman Login



Gambar 7 Halaman Pendaftaran Pembeli



Gambar 8 From Pendaftaran Event



Gambar 9 Halaman Pendaftaran Penjual

SIMPULAN

Perkembangan pasar ekonomi kreatif menghadapi tantangan terkait dengan integrasi kegiatan kreatif ke dalam lingkup produksi publik, kebutuhan akan transformasi pasar yang selaras dengan sifat karya kreatif, dan munculnya pasar kreatif yang ditandai dengan permintaan yang stabil, penawaran yang konsisten, dan harga gratis. Faktor-faktor yang mempengaruhi laju perkembangan industri kreatif termasuk ketidakstabilan ekonomi dan politik, daya beli yang rendah, biaya operasional yang tinggi, dan dukungan terbatas dari negara, yang menyebabkan stagnasi dan penurunan di sektor-sektor seperti UMKM. Pasar ekonomi kreatif di Provinsi Lampung menghadapi berbagai tantangan, termasuk masalah yang berkaitan dengan pengawasan pemerintah dalam distribusi bantuan, kurangnya strategi pemasaran yang optimal untuk UMKM, degradasi

lingkungan yang mempengaruhi UMKM, pertumbuhan ekonomi lambat yang berdampak pada tingkat kemiskinan, dan pengelolaan profesional UMKM yang tidak memadai. Metode pengembangan sistem perangkat lunak yang dapat digunakan dalam penelitian ini untuk

membuat sistem ini adalah Rapid Application Development (RAD). RAD bertujuan untuk memastikan bahwa sistem yang akan dibuat atau dikembangkan dengan cepat memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dalam hal fungsi dan kegunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- I. Ajupova, “Creative industries and the cultural identity: The instruments of mutual promotion (example of the Tatarstan Republic),” *Journal of the New Economic Association*, vol. 54, no. 2, pp. 229–234, 2022.
- H. I. Болквадзе and C. M. Шманько, “Розвиток бізнесу у сфері креативних індустрій в Україні,” 2022.
- H. Кузнецова, “CREATIVE ECONOMY DEVELOPMENT IN THE GLOBAL WORLD,” *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, no. 3, pp. 182–186, 2022.
- B. S. Frey and B. S. Frey, “Creative Cultural Economy,” *Economics of Art and Culture*, pp. 49–51, 2019.
- H. Кузнецова, “CREATIVE ECONOMY DEVELOPMENT IN THE GLOBAL WORLD,” *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, no. 3, pp. 182–186, 2022.
- A. Watson, “Not all roads lead to London: insularity, disconnection and the challenge to ‘regional’ creative industries policy,” *Reg Stud*, vol. 54, no. 11, pp. 1574–1584, 2020.
- N. Trubnikova and S. Tsagareyshvili, “Digital challenges for creative industries: case of opera,” in *SHS Web of Conferences*, EDP Sciences, 2021, p. 01008.
- A. R. Hidayat and N. Alifah, “Analysis of The Basis of The Creative Economy in The Development Strategy of Economic Innovation,” *Asian Journal of Social and Humanities*, vol. 1, no. 03, pp. 95–104, 2022.
- V. Bullich, “Intellectual Property Rights and the Production of Value in a ‘Creative Economy,’” *The Industrialization of Creativity and Its Limits: Values, Politics and Lifestyles of Contemporary Cultural Economies*, pp. 175–188, 2020.
- M. Surya, A. Reny, and A. Surya, “The Contribution of Empowerment of Creative Economic Leading Sub-sectors on Increasing the Quantity of Creative Human Resources and Economic Growth in Lampung Province,” in *Proceedings of the 2nd Multidisciplinary International Conference, MIC 2022, 12 November 2022, Semarang, Central Java, Indonesia*, 2023.
- Aswin, A. Ariesmansyah, and M. Indrianie, “Collaborative Governance Model in the Development Center of Economic Empowerment and Community Creativity in Bandung City,” 1, no. 5, pp. 1189–1208, 2022.

- L. Nursita, N. Hidayanti, and M. G. Suriyono, “Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Pedagang Suku Jawa,” *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, vol. 8, no. 4, pp. 1323–1328, 2022.
- R. Roslina, R. Nurmalina, M. Najib, and Y. H. Asnawi, “Marketing Strategy for Agrotourism Development in Lampung Province Indonesia,” *Shirkah: Journal of Economics and Business*, vol. 7, no. 1, pp. 70–85, 2022.
- B. Budimansyah, “Government’s Role in Empowerment Industrial Community Based on Creative Economy in Lampung Province in Islamic Economic Perspective,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 8, no. 1, pp. 876–881, 2022.
- H. Hasbullah, W. Murti, M. Jasin, and Y. Nugroho, “Determinants of Economic Growth and its Impact on Poverty in Lampung Province,”
- D. Purba, I. Hadi, and B. Juantara, “Sustainable Ecotourism Development Analysis in Bandar Lampung City Tourism Object,” in *Universitas Lampung International Conference on Social Sciences (ULICoSS 2021)*, Atlantis Press, 2022, pp. 205–214.
- I. Satria and A. D. Sudagung, “THE URGENCY OF ESTABLISHING LAMPUNG PROVINCE REGIONAL REGULATIONS ON GOVERNMENT AFFAIRS,” *TANJUNGPURA LAW JOURNAL*, vol. 6, no. 2, pp. 122–138.
- F. Fadhilah and G. G. Saputra, “Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z,” *INOVASI: Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen*, vol. 17, no. 3, pp. 505–512, 2021.
- F. Wongso, “Perancangan Sistem Pencatatan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Kota Pekanbaru Dengan Metode Visual Basic,”
- S. Rostianingsih, A. Setiawan, and C. I. Halim, “COCO (creating common object in context) dataset for chemistry apparatus,” *Procedia Comput Sci*,
- A. Herliana and P. M. Rasyid, “Sistem Informasi monitoring pengembangan software pada tahap development berbasis web,” *Jurnal Informatika*, vol. 3, no. 1, 2016.
- P. H. Saksono, P. Nithiarasu, and I. Sazonov, “Numerical prediction of heat transfer patterns in a subject-specific human upper airway,” 2012.
- V. Siagian *et al.*, “Ekonomi dan bisnis Indonesia.” Yayasan Kita Menulis, 2020.