

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet merupakan suatu fenomena yang menarik perhatian dalam perkembangan dunia teknologi yang terjadi saat ini. Sehingga, segala kegiatan yang sebelumnya biasanya dilakukan di luar dan tidak bisa dilakukan kapan saja, sekarang sudah bisa dilakukan di dalam rumah dan bisa dilakukan kapan saja. Adanya jaringan internet pun, juga sangat memudahkan masyarakat untuk mengetahui segala kebutuhan dan informasi. Ditambah saat ini sedang terjadi pandemi COVID-19, sehingga banyak peluang bisnis yang bisa dikembangkan menjadi sebuah bisnis online. (Depkop.go.id).

Pandemi COVID-19 yang tersebar hingga ke berbagai pelosok daerah di dunia dan menyebabkan perubahan dalam berbagai tatanan kehidupan. Perusahaan besar dengan skala multi-nasional, dianggap mempunyai kapabilitas untuk menyesuaikan dan beradaptasi dengan perubahan, serta mempunyai tingkat ketahanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dengan adanya Pandemi Covid-19 banyak beberapa usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang gulung tikar atau tutup. Hal ini dikarenakan banyaknya UMKM yang masih memasarkan jualannya melalui tatap muka dan konvensional.

Temuan kebiasaan baru pelaku UMKM di era digital sekaligus di era pandemi Covid-19 yang berdampak pada diberlakukannya peraturan pembatasan sosial, perlu terus diupayakan untuk menuju penciptaan kebiasaan proses bisnis baru yang kompetitif dan unggul. Hal ini terjadi dikarenakan ekosistem industri kini sudah banyak yang berubah dan secara langsung menuntut para pelaku UMKM ikut menyesuaikan diri seiring dengan pesaing yang juga ikut berubah. UMKM di masa pandemi Covid-19 dapat berinovasi melalui pemanfaatan teknologi digital tidak terkecuali dalam hal pemasaran produk UMKM.

Toko Balgis Cake & Frozen merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang penjualan produk makanan dan masakan olahan yang memproduksi sekaligus menjual berbagai macam jenis *cookies* dan *frozen food*, mulai dari *cheese*, *cornflake*, *choco* dan kebab, risoles hingga bermacam-macam *frozen food* lainnya. Beberapa produk yang diproduksi oleh Toko Balgis Cake & Frozen sudah mendapatkan sertifikasi halal dan akreditasi BPOM, dengan begitu produk yang di jual sudah terjamin halal dengan kualitas produk yang aman, bermutu dan bergizi bagi konsumen. Toko Balgis Cake & Frozen beralamat

di JL. Suratno Gang 1 NO. 16, Kota Cirebon. Prov. Jawa Barat. Sejauh ini Toko Balgis Cake & Frozen sudah memiliki jumlah pelanggan yang tidak sedikit dan hampir tersebar di seluruh kota Cirebon.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pemilik Toko Balgis Cake & Frozen, proses jual beli selama ini masih dilakukan secara langsung atau konvensional, dimana *customer* datang ke toko untuk melakukan pembelian dan pembayaran secara tunai sehingga tidak dapat memfasilitasi pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke toko untuk melakukan transaksi. Beberapa pelanggan juga mengeluh sedikit kesulitan dalam menjangkau toko yang letaknya kurang strategis. Dalam hal ini Toko Balgis Cake & Frozen mengalami permasalahan dalam hal promosi produk dan perluasan jangkauan pemasarannya, Jika dilihat dari segi pemasaran tidak adanya media khusus sebagai media informasi dan promosi produknya untuk penjualan jarak jauh yang bisa mempermudah pihak toko dalam memperluas wilayah pemasaran. Selain itu, jaringan penjualan produknya hanya mencakup daerah sekitar kota Cirebon saja, hal ini membuat Toko Balgis Cake & Frozen kesulitan dalam bersaing dengan UMKM lainnya. Pada awalnya pemilik Toko Balgis Cake & Frozen ingin memasukan produk-produknya ke-*marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia, namun pemilik ingin memiliki aplikasi *e-commerce* yang berdiri sendiri sebagai media promosi satu arah agar pihak toko dapat mengenalkan brand dan produk-produk yang diproduksi oleh Toko Balgis Cake & Frozen kepada masyarakat luas.

Pihak toko juga merasa kurang efektif dalam penggunaan *tools* media saluran promosi seperti facebook dan google ads atau *tools* yang lainnya pada *marketplace*, Dikatakan saat seseorang meng-klik iklan yang pihak toko daftarkan, pembeli bisa menemukan produk lain yang sama persis yang terletak tepat di samping atau di bawah produk pihak toko dalam format "*related product*" atau sejenisnya. Artinya, calon pembeli bisa beralih ke kompetitor dengan sangat mudah didalam *marketplace*, Hal ini membuat iklan yang didaftarkan pihak toko nantinya menjadi kurang efektif bahkan bisa menjadi sia-sia.

Digitalisasi UMKM merupakan solusi tepat di tengah-tengah usaha UMKM bertahan di masa pandemi ini. Pemerintah sendiri telah mendorong UMKM go-digital untuk membuat UMKM bisa bertahan serta memperluas skala bisnis dan pasar, melalui modifikasi dan efisiensi proses bisnis, yaitu dengan membangun aplikasi *e-commerce*. Aplikasi *e-commerce* berbasis *website* merupakan solusi untuk menerapkan strategi pemasaran dan menjadi media promosi satu arah yang dituju oleh calon *customer*, setelah mereka mengklik iklan yang dibuat oleh pihak toko, serta dapat memberikan layanan yang maksimal untuk pelanggan di Toko Balgis Cake & Frozen.

Selain itu, Digitalisasi melalui *e-commerce* berarti mengubah segala sesuatu menjadi digital atau memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin untuk menekan biaya operasional yang dikeluarkan, tanpa harus mengorbankan kualitas atas produk/pelayanan. Digitalisasi penjualan memiliki sejumlah kelebihan operasional diantaranya seperti pemrosesan data, pemesanan menjadi lebih mudah ditelusuri, sistem persediaan dan pembayaran lebih akurat, dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Sistem informasi penjualan berbasis web secara signifikan dapat memperluas pangsa pasar dengan proses bisnis yang lebih dinamis dan interaktif serta memiliki pola diferensiasi yang jelas untuk semua segmen masyarakat (Sintiasari, Setiawati, et al., 2021).

Dengan memanfaatkan aplikasi *e-commerce* berbasis *website* yang akan dibangun nantinya banyak yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan dan mengenalkan brand, *website* dan produk-produk yang diproduksi oleh Toko Balgis Cake & Frozen dengan memanfaatkan *tools* pendukung media saluran promosi berbasis digital yang *low budget high impact* (rendah biaya namun berdampak tinggi) yang dapat ditanamkan pada aplikasi *e-commerce* seperti *Google Analytic* dan *Facebook Pixel*. Berbeda dengan menggunakan *marketplace* pihak toko tidak dapat melakukan tracking pembeli pada produk yang dijual melalui *marketplace*, Semua transaksi penjualan di *marketplace* adalah milik *marketplace* dan pihak *marketplace* yang melakukan *tracking* atau mempelajari *behavior customer* pihak toko untuk mempromosikan *marketplace* itu sendiri.

Oleh karena itu media promosi berbasis web perlu dibuat sebagai sebuah wadah untuk memasarkan produk Toko Balgis Cake & Frozen secara terpusat. *E-commerce* berbasis *website* tersebut nantinya dapat diakses secara online oleh masyarakat menggunakan perangkat komputer maupun *smartphone*. Dengan adanya media berbasis digital tersebut produk-produk dari Toko Balgis Cake & Frozen diharapkan dapat dengan mudah mempromosikan dan memperdagangkan barang atau jasanya secara digital melalui *e-commerce* yang dibangun, hingga menyediakan keterangan lokasi penjualan guna memudahkan konsumen untuk datang ke tempatnya. Sehingga, pelaku UMKM masa kini tidak lagi memerlukan tempat usaha secara fisik untuk memperdagangkan penjualannya karena adanya peralihan tata cara pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce* sebagai ruang usaha baru (Marhaen, 2022).

Kemudian, terkait pemberdayaan UMKM mengenai E-Commerce yaitu bagaimana suatu UMKM dan pelaku bisnis dalam membangun strategi usaha dalam melakukan penjualan digital. Hal ini sangat penting dilakukan agar pelaku UMKM dapat memaksimalkan peluang yang ada dalam keadaan pandemi, sekaligus mampu menyelamatkan UMKM yang

ada dari keterpurukan ekonomi. UMKM harus bisa melihat peluang pada masa pandemi ini dan bertahan menjalankan usahanya (Kusmanto & Kurniaty, 2022). Aplikasi yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan *framework* Laravel, untuk penyimpanan data pada website menggunakan MySQL. Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *prototype*. Teknik pemodelan prototipe adalah tahap mengimplementasikan prototipe berdasarkan tahap analisis dan perancangan sistem yang telah dibuat, kemudian diterapkan pada model bisnis (Hengki, Rizan, 2016).

Metode prototyping yang akan digunakan di dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran aplikasi yang akan dibangun melalui rancangan aplikasi *prototype* terlebih dahulu kemudian akan dievaluasi oleh user. Artinya, Pelanggan/pengguna ikut terlibat secara aktif dan berpartisipasi dalam menentukan model sistem dan sistem operasionalnya khususnya dalam hal penyamaan persepsi terhadap pemodelan sistem sehingga pihak toko akan puas karena sistem yang dibuat sesuai dengan keinginan dan harapannya. Aplikasi *prototype* yang telah dievaluasi akan dijadikan acuan untuk membuat aplikasi yang dijadikan produk akhir sebagai output dari penelitian ini (Nugraha & Syarif, 2018).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membangun aplikasi *e-commerce* berbasis website sebagai media promosi satu arah yang dapat membantu pihak toko dalam bertahan di masa pandemi covid-19 serta dapat membantu pihak toko dalam memasarkan produknya dan memperluas skala bisnis dan pasar. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka penulis mengambil judul **“Digitalisasi UMKM Dengan Membangun Aplikasi E-Commerce Model Business to Consumer (B2C) (Studi Kasus: Toko Balgis Cake)”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun sebuah aplikasi *e-commerce* berbasis website yang dapat memperluas penjualan produk balgis cake and frozen?
2. Bagaimana membangun sebuah aplikasi *e-commerce* berbasis website yang dapat mempermudah *customer* dalam melakukan transaksi pembelian secara *online*?
3. Bagaimana membangun sebuah aplikasi *e-commerce* berbasis website yang dapat meningkatkan personal branding pada toko balgis cake and frozen?



### 1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah telah diuraikan diatas, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Membangun aplikasi *e-commerce* yang dapat memperluas penjualan produk balgis cake and frozen.
2. Membangun aplikasi *e-commerce* yang dapat mempermudah *customer* dalam melakukan transaksi pembelian secara *online*.
3. Membangun aplikasi *e-commerce* yang dapat meningkatkan personal branding pada balgis cake and frozen.

### 1.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diperoleh setelah tujuan tercapai dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

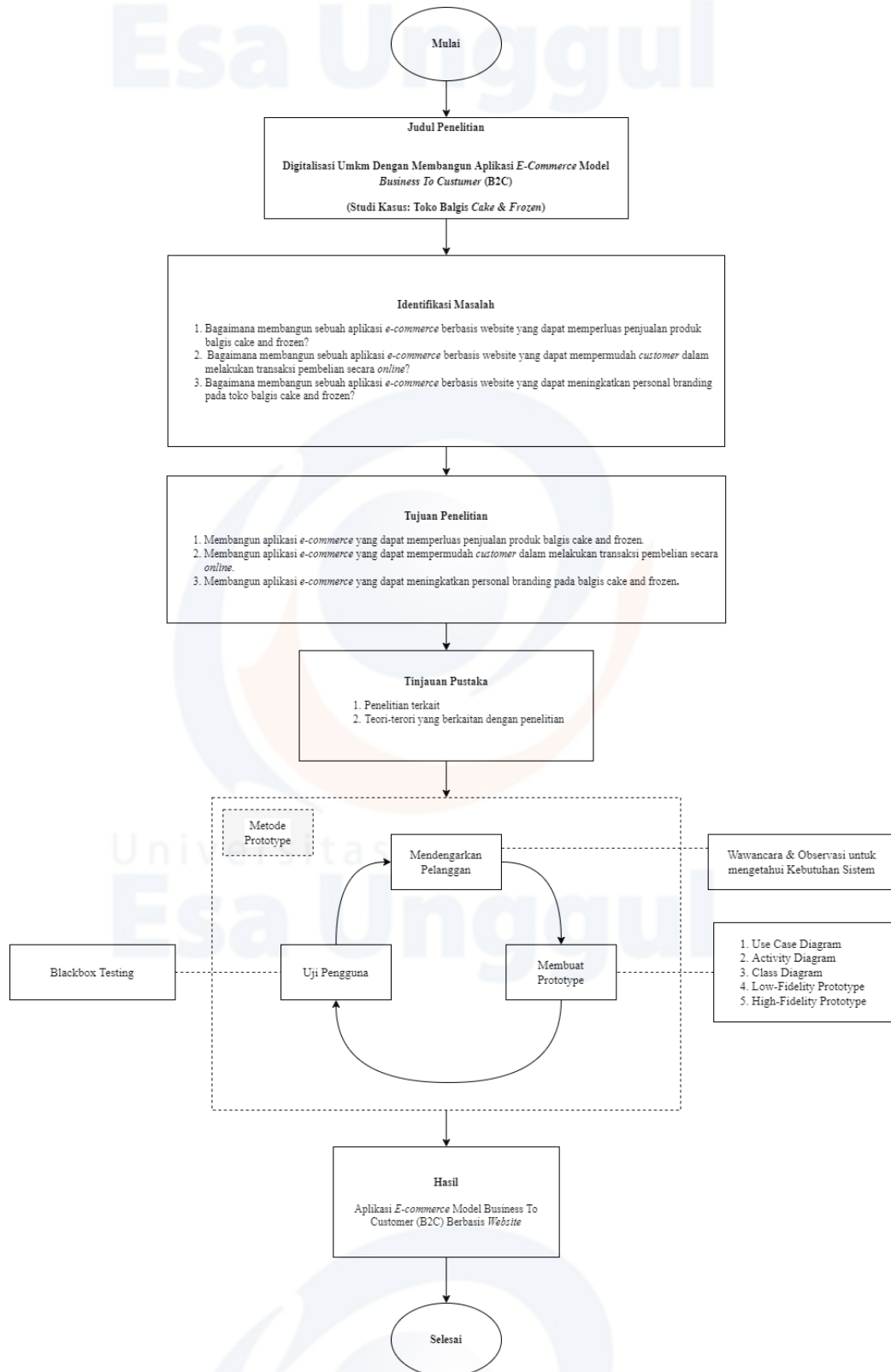
1. Dapat memperluas penjualan dan meningkatkan personal branding dengan menggunakan media internet.
2. Mempermudah *customer* untuk melakukan pemesanan produk secara online tanpa perlu datang ke toko terlebih dahulu.
3. Dapat menerima transaksi pembelian setiap hari selama 24 jam penuh, sehingga tidak akan kehilangan *customer* yang ingin memesan atau mengetahui informasi seputar produk diluar jam buka toko.

### 1.5 Lingkup Tugas Akhir

Dalam tugas akhir ini penulis membatasi permasalahan dengan lingkup sebagai berikut:

1. Aplikasi *e-commerce* yang dibuat hanya memiliki 2 tipe *user*, yaitu Admin dan *Customer*.
2. Pada proses jual beli, pada aplikasi *e-commerce* ini hanya menampilkan halaman beranda, kategori, detail produk, keranjang belanja, daftar belanja, halaman *voucher* dan profil pengguna.
3. Aplikasi *e-commerce* ini terintegrasi dengan API Raja Ongkir untuk mengecek biaya ongkos kirim & *tracking* resi pengiriman.
4. Pada proses pembangunan aplikasi *e-commerce* yang dibuat, tidak membahas masalah bagaimana proses produksi terjadi, dan tidak membahas masalah persediaan stok produk.
5. Transaksi pembayaran hanya dapat dilakukan dengan metode pembayaran transfer antar bank yang memerlukan pengunggahan bukti transfer untuk dilakukan verifikasi pembayaran secara manual oleh admin.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam penyusunan Tugas Akhir ini, akan dijelaskan secara garis besar dalam beberapa bab penulisan dengan pemaparan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, kerangka berpikir, serta sistematika penulisan tugas akhir ini sendiri.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan teori-teori penunjang yang digunakan sebagai landasan penelitian dalam mengimplementasikan aplikasi *e-commerce*.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang rencana penelitian, objek penelitian dan teknik pengumpulan data, serta metode pengembangan sistem yang digunakan dalam tugas akhir ini.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari analisis sistem yang sedang berjalan, solusi rancangan yang akan dibangun dan implementasi sistem yang diusulkan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang bermanfaat bagi penulis maupun pengembangan aplikasi.