

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam upaya pembangunan perekonomian nasional, meningkatkan daya saing bagi usaha mikro kecil menengah merupakan salah satu faktor yang perlu diperhitungkan. Hal tersebut berkaitan dengan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan adanya strategi peningkatan daya saing bagi UMKM maka sektor pembangunan perekonomian nasional akan semakin besar, salah satu faktor yang cukup berperan penting untuk meningkatkan daya saing usaha mikro adalah dengan mengadopsi teknologi informasi (Agustian & Syafari, 2014). Dalam hal ini pemerintah memberikan perhatian dan dukungan penuh dari berbagai aspek sebagaimana yang tercantum di dalam Undang-Undang (UU) No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Undang-undang Cipta Kerja dorong pengembangan dan digitalisasi UMKM di Indonesia, Undang-undang Cipta Kerja diyakini akan meningkatkan minat masyarakat dalam membuka usaha, khususnya untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena menciptakan kemudahan dalam perizinan. UU Cipta Kerja juga mendorong penguatan ekosistem UMKM dan *e-commerce* melalui berbagai macam kemudahan. Diantaranya terkait perizinan, sertifikasi, pembiayaan, akses pasar, pelatihan, infrastruktur digital, penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, serta iklim berusaha di sektor *e-commerce* (Kemenko Perekonomian, 2020).

Daya saing usaha mikro dapat diwujudkan dengan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi, selain itu penggunaan teknologi informasi juga dapat memperlus jaringan pemasaran. Peningkatan daya saing usaha mikro ini sangat diperlukan agar usaha mikro mampu bertahan dan bersaing dalam kancan perdagangan global (Pearce dalam Pratiwi, 2019). Menurut data yang dihimpun dari We are Social dan Hootsuite sebuah agensi *digital marketing* di Amerika, memaparkan bahwa terhitung sampai Januari 2022, terdapat 204,7 juta pengguna

internet di Indonesia, jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta, kemudian sebanyak 94% pengguna internet di Indonesia melakukan pencarian barang atau jasa secara *online* untuk dibeli, 92% pengguna mengunjungi toko *online*, 89% pengguna transaksi produk atau melayani jasa *online*, 27% pengguna melakukan transaksi *online* via komputer atau laptop, dan 84% pengguna melakukan transaksi *online* melalui perangkat *mobile* seperti smartphone (Riyanto, 2022). Hal ini menyiratkan bahwa potensi belanja *online* sudah cukup berkembang di Indonesia yang harus diimbangi dengan pemasaran secara digital pula oleh para pelaku usaha.

Melalui survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia telah mencapai angka 77,2% terhitung sampai Februari 2022. Dari total 272 juta penduduk Indonesia, 210 juta jiwa diantaranya diperkirakan telah menggunakan internet, baik dari komputer, perangkat *mobile* atau dari fasilitas lainnya (APJII, 2022). Dilihat dari data yang telah dihimpun oleh We Are Social dan Hootsuite maupun APJII diatas, tentunya promosi yang memanfaatkan internet semakin menjadi pilihan yang tidak dapat ditolak lagi melihat dari pertumbuhan jumlah penetrasi internet di Indonesia sendiri.

Objek penelitian ini adalah UMKM Eskimo, Eskimo merupakan pelaku UMKM yang memiliki 3 (tiga) cabang di wilayah Kota Bekasi, cabang pertama berada di Taman Wisma Asri 1, Bekasi Utara, cabang kedua di Taman Wisma Asri 2, Bekasi Utara dan cabang ketiga berada di Ujung Harapan, Kab. Bekasi. Adapun lini usahanya yaitu menjual aneka minuman ringan seperti *milk tea series*, *brown sugar series*, *coffe series* dan lain-lain. Tetapi hingga saat ini sudah menerapkan *go digital* tetapi belum maksimal, karena berdasarkan penelitian Saputra (2022) dari sisi internal untuk mengembangkan aplikasi penjualan atau *system of sales* (POS) hanya pada satu cabang saja dan pada faktor eksternal berupa penjualan lewat *online partnership* seperti pada layanan *go-food* dan *grab food* serta sebatas usulan perencanaan strategi *digital marketing* yang sesuai untuk UMKM Eskimo.

Pada penelitian ini, akan melakukan pengembangan aplikasi penjualan (POS) multi toko berbasis *web* yang dapat mengelola seluruh cabang UMKM Eskimo

dalam satu sistem aplikasi untuk pemantauan setiap aktifitas cabang dalam hal penjualan barang, pembayaran, stok barang dan laporan per cabang serta pada faktor eksternalnya akan mengimplementasikan dari hasil perencanaan strategi *digital marketing* yang sesuai untuk UMKM Eskimo berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu dengan menambahkan sebuah layanan *website company profile* guna mempermudah kustomer untuk mengenali produk minuman eskimo lebih banyak lagi.

Maka berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pengembangan dan implementasi aplikasi UMKM *Go-Digital* untuk pelaku UMKM Eskimo dengan judul “Pengembangan Dan Implementasi Aplikasi UMKM *Go-Digital* Berbasis *Web* (Studi Kasus UMKM Eskimo)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM Eskimo sudah menerapkan *go digital* tetapi belum maksimal karena hanya menerapkan pada satu cabang saja tidak pada ketiga cabangnya.
2. Aplikasi penjualan sebagai pendukung faktor internal hanya untuk satu cabang.
3. Faktor eksternal yang hanya mengandalkan *online partnership* seperti *gofood* dan *grabfood* serta usulan perencanaan strategi *digital marketing* yang sesuai untuk UMKM Eskimo.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat dipaparkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan dari pengembangan aplikasi UMKM *go-digital* yang perlu dilakukan?
2. Bagaimana implementasi dari hasil pengembangan untuk faktor internal?
3. Bagaimana implementasi dari hasil pengembangan untuk faktor eksternal?

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari penelitian tugas akhir ini yang perlu dicapai, dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk merancang dan mengembangkan aplikasi UMKM *go-digital* yang sebelumnya baik dari faktor internal maupun faktor eksternal.
2. Untuk mengetahui hasil dari implementasi pengembangan pada faktor internal.
3. Untuk mengetahui hasil dari implementasi pengembangan pada faktor eksternal.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dengan adanya penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas
 - a. Penelitian ini bisa memberikan gambaran tentang kesiapan mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja khususnya dunia UMKM dari hasil yang diperoleh selama pembelajaran yang dipelajari pada masa kuliah.
 - b. Penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan bagi prodi Teknik Informatika tak terkecuali untuk menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak.
 - c. Penelitian ini bisa menjadi referensi untuk dikemudian dikembangkan pada penelitian selanjutnya.
2. Bagi Penulis
 - a. Menerapkan ilmu selama perkuliahan untuk menganalisis dan mengidentifikasi masalah pada proses bisnis yang sedang berjalan.
 - b. Dapat menambah keterampilan serta pengetahuan khususnya mengenai pengembangan UMKM maupun UMKM *Go-Digital*.
3. Bagi UMKM
 - a. Sebagai dasar yang objektif dalam pengambilan keputusan serta sebagai pedoman juga manfaat-manfaatnya untuk menentukan langkah yang akan dilakukan oleh UMKM dimasa yang akan datang.

- b. Sebagai bentuk kontribusi nyata dari mahasiswa untuk membantu menyiapkan tenaga terampil yang akan terjun di dunia kerja.
4. Bagi Pembaca Umum
Bagi pembaca umum, hasil dari penelitian ini bisa menambah wawasan pembaca terkait pengembangan aplikasi pendukung UMKM *Go-Digital*.

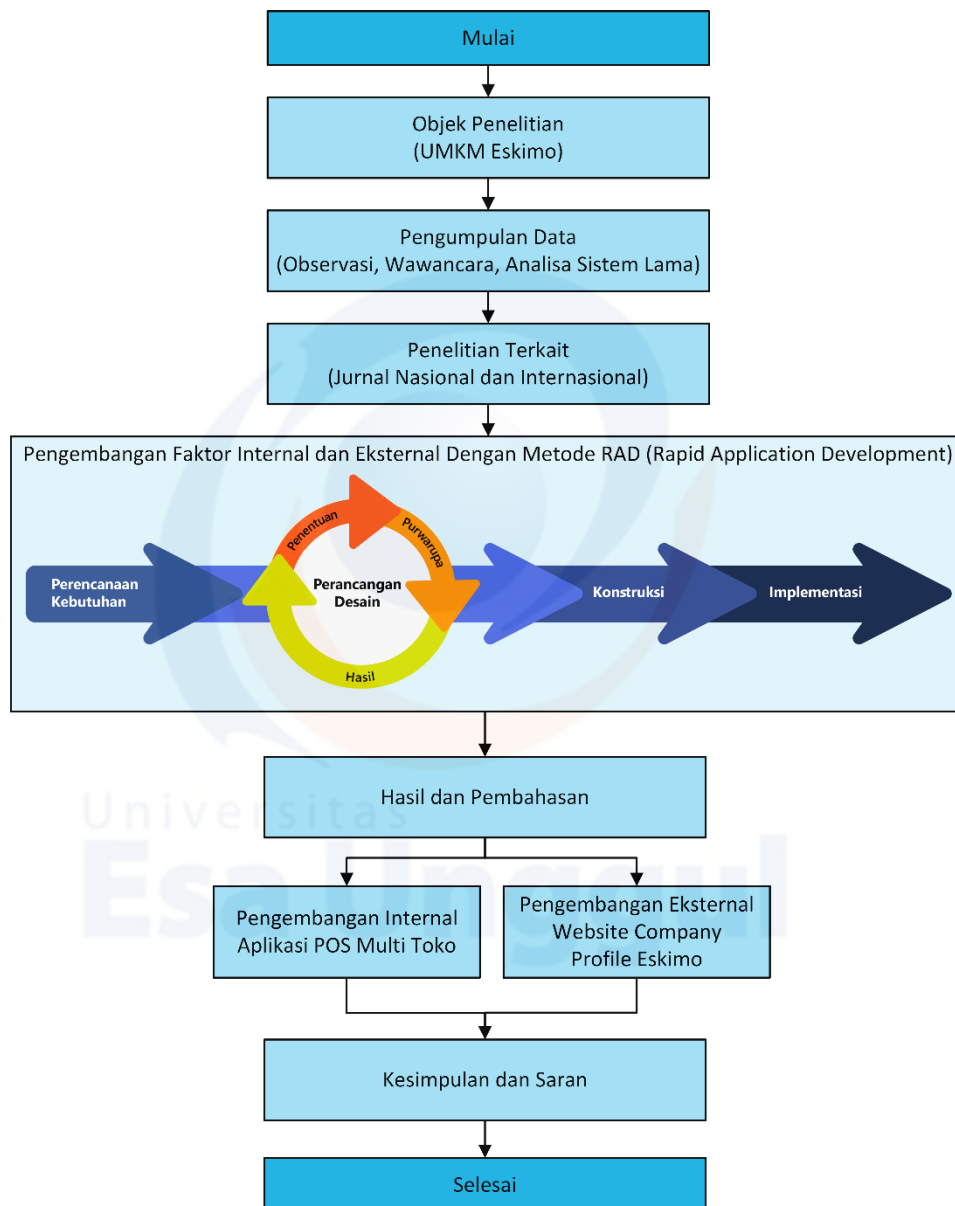
1.6 Lingkup Tugas Akhir

Pada penelitian yang dilakukan dan dibahas agar tidak melebar permasalahannya, maka membatasi ruang lingkup masalahnya sebagai berikut:

1. Studi kasus penelitian ini dilakukan pada UMKM Eskimo yang memiliki 3 (tiga) cabang berlokasi di wilayah Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi.
2. Penelitian ini terbatas pada pengembangan dan implementasi dari penelitian sebelumnya yang telah melakukan perencanaan strategi dan implementasi sistem penjualan UMKM *Go-Digital* berbasis *web* di UMKM Eskimo.
3. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif berupa proses menganalisis, menggambarkan dan meringkas kejadian atau fenomena dari data yang diperoleh melalui proses wawancara maupun pengamatan langsung ke lapangan untuk memberikan fakta dan data mengenai penelitian sebelumnya dan pengembangan dari penelitian tersebut.
4. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem *Rapid Application Development* (RAD) berguna untuk menyederhanakan dan mempercepat proses dalam mengembangkan aplikasi UMKM *Go-Digital* baik dari faktor internal maupun faktor eksternal.
5. Penelitian ini menggunakan tahap pengujian aplikasi pada faktor internal meliputi aspek *functionality* dan aspek *efficiency* dengan pengujian *black box testing* sebelum dilakukannya tahap implementasi.
6. Penelitian ini menggunakan pengujian *user acceptance test* (UAT) sebagai bentuk persetujuan ke tahap implementasi dari pemilik UMKM Eskimo terhadap aplikasi untuk faktor internal dan faktor eksternal.

1.7 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, kegiatan untuk menyelesaikan penelitian mengikuti rencana kegiatan yang tertuang dalam kerangka berpikir penelitian seperti pada gambar berikut:



Gambar 1-1 Kerangka Berpikir Penelitian

Penjelasan dari kerangka berpikir penelitian diatas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Melakukan penelitian di objek penelitian yang telah ditetapkan yaitu UMKM Eskimo. Adapun dasar pemilihan UMKM Eskimo karena berdasarkan penelitian sebelumnya, masih terdapat kekurangan pada faktor internal dan eksternal sehingga dapat dilakukannya pengembangan serta implementasi berdasarkan hasil penelitian sebelumnya.

2. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, melakukan pengumpulan data berupa observasi ke tiga cabang UMKM Eskimo di wilayah Bekasi Utara, Kota Bekasi dan Babelan, Kab. Bekasi. Setelah observasi, juga melakukan wawancara dengan pemilik serta menganalisa kekurangan-kekurangan sistem lama yang sudah diterapkan sebelumnya.

3. Penelitian Terkait

Untuk mendukung tema penelitian, diperlukan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian dari berbagai sumber, salah satunya dari penelitian terkait yang sebelumnya sudah dilakukan oleh penelitian lain diantaranya dari jurnal nasional maupun jurnal internasional.

4. Pengembangan Faktor Internal dan Eksternal dengan Metode RAD (*Rapid Application Development*)

Pada tahap pengembangan faktor internal dan eksternal ini, melakukannya dengan mengikuti tahapan-tahapan metode pengembangan sistem RAD (*Rapid Application Development*), sebagai berikut:

a. Perencanaan Kebutuhan

Melakukan perencanaan terhadap kebutuhan-kebutuhan yang akan dilakukan dalam melakukan pengembangan dan implementasi aplikasi UMKM Go-Digital.

b. Perancangan Desain Aplikasi

Melakukan perancangan untuk pengembangan aplikasi, didasarkan dari pengumpulan data yang sebelumnya telah dilakukan kemudian ditentukan alurnya dan purwarupanya sehingga menghasilkan desain perancangan yang dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

c. Pengembangan Aplikasi

Melakukan tahap konstruksi untuk pengembangan aplikasi dibantu dengan tim didasarkan pada perancangan aplikasi baik dari faktor internal dan faktor eksternal.

d. Implementasi Aplikasi

Sebelum melaksanakan implementasi, perlu melakukan pengujian aplikasi terlebih dahulu didasarkan pada pengembangan aplikasi yang telah dibuat sebelumnya. Tahap pengujian melibatkan pemilik UMKM Eskimo mencoba langsung aplikasi yang telah dikembangkan. Selanjutnya melakukan implementasi aplikasi pada UMKM Eskimo apabila pada tahap pengujian aplikasi sudah dinyatakan baik dan benar terhadap semua fungsi dan menunya.

5. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pembahasan penelitian ini akan menghasilkan aplikasi untuk internal berupa pengembangan aplikasi *point of sales* (POS) multi toko dan aplikasi eksternal berupa *website company profile* yang berguna untuk memperkenalkan produk-produk UMKM Eskimo.

6. Kesimpulan dan Saran

Menjabarkan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan dan saran kedepannya untuk UMKM Eskimo maupun penelitian selanjutnya.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam melakukan penelitian, diperluka sistematika penulisan untuk mengetahui penjelasan singkat dari masing-masing bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang dari objek penelitian yang dilakukan dan masalah yang dihadapinya, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, lingkup tugas akhir, kerangka berpikir serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian, teori-teori yang berhubungan dengan penelitian

yang diperoleh dari berbagai sumber dan juga penelitian terkait sebagai landasan dalam penulisan tugas akhir.

BAB III METODE

Pada bab ini akan menjelaskan rencana penelitian, obyek dan subyek penelitian, teknik pengumpulan data dan metodologi yang digunakan dalam penelitian yaitu metode perancangan, pengembangan sistem dan tahap pengujian aplikasi yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas hasil penelitian yang terdiri dari gambaran usaha UMKM Eskimo, hasil pengumpulan data penelitian berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal. Selanjutnya pembahasan mengenai perancangan, pengembangan, pengujian dan implementasi aplikasi UMKM *Go-Digital*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya serta saran yang diberikan terkait evaluasi untuk kedepannya.