

BAB I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil Menengah (UKM) banyak memberikan kontribusi bagi kemajuan perekonomian nasional. Hal ini dibuktikan dengan sumbangsiah UKM sebesar 53.32% terhadap Produk Domestik Bruto pada tahun 2009 dan naik menjadi 56.5% pada tahun 2011 (Yoga, 2011). UKM juga menjaga perekonomian Indonesia tetap stabil di tengah krisis ekonomi global yang melanda dunia pada tahun 2009. Selain peran yang telah disebutkan, UKM juga banyak menyerap tenaga kerja serta meningkatkan produktivitas masyarakat Indonesia.

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”

Salah satu kunci keberhasilan usaha mikro, kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Dengan demikian diharapkan UKM dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan usahanya, mengakses informasi faktor-faktor produksi, melakukan transaksi usaha, serta melakukan

komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

Di tengah perekonomian global seperti sekarang, UKM menghadapi banyak tantangan. Tantangan tersebut diantaranya: 1) banyaknya pesaing baik dalam skala besar maupun kecil, domestik maupun asing, yang kompetitif, dan 2) keterbatasan yang dimiliki UKM dalam hal infrastruktur, modal, pengetahuan maupun kemampuan (skill) berkaitan dengan pemanfaatan teknologi. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Kuncoro (2008) yang menyebutkan bahwa terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi oleh UKM : kurangnya permodalan, pasar yang sangat bersaing, dan sulit mendapatkan bahan baku. Selain itu, minimnya modal dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi membuat kebanyakan UKM masih melakukan proses bisnisnya secara manual. Diperlukan langkah strategis untuk menghadapi tantangan tersebut di atas, yakni, UKM harus memiliki keunggulan kompetitif yang memungkinkan mereka untuk meminimalkan biaya sekaligus meningkatkan keuntungan, dengan dukungan teknologi informasi.

Kelurahan Gunung Sulah merupakan Wilayah Kecamatan Way Halim Kota Bandarlampung Provinsi Lampung. Berdasarkan data keadaan penduduk di Kelurahan Gunung Sulah memiliki jumlah penduduk ± 10.550 jiwa dengan ± 6.804 Kepala Keluarga (BPS, 2016). Masyarakat di Kelurahan Gunung Sulah memiliki mata pencaharian yang bermacam-macam untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satu jenis mata pencaharian masyarakatnya yaitu pada Usaha Kecil Menengah (UKM) pengrajin tempe, tahu dan oncom yang berbahan utama dari kedelai. Untuk mendirikan industri pembuatan tempe terkadang pengrajin

mendapatkan kesulitan diantaranya modal terbatas, bahan mentah yang mahal, tenaga kerja dan strategi pemasaran produk.

Salah satu UKM Home Industri tempe dan tahu yang berada di wilayah Gunung Sulah yang aktif dan produktif adalah UKM Tempe Galang Abadi yang telah berdiri pada tahun 2005 dan UKM Tahu Aziz Utama yang telah berdiri tahun 2001 keduanya merupakan contoh usaha kreatif yang cukup potensial untuk menerapkan teknologi informasi. Namun dilihat dari kualitas produk, keduanya tidak kalah dengan pengusaha tahu dan tempe yang telah memiliki produksi lebih besar karena jumlah pelanggan yang terus meningkat. Tidak jarang satu sama lain saling bekerjasama dalam menangani produk pesanan dalam jumlah yang besar untuk beberapa acara seperti hajatan dan acara lainnya. Namun beberapa kendala terjadi pada perluasan pasar, pemenuhan pesanan pelanggan dan kemudahan pelanggan melakukan pesanan secara *online* atau dengan bantuan internet. Sesuatu yang jelas belum terjangkau bagi kemampuan pelaku usaha untuk bersentuhan dengan teknologi. Selain itu, proses pemasaran dan penjualan tahu dan tempe dilakukan dengan model konvensional yaitu menjual di Pasar tradisional dan pemesanan melalui Telepon dan SMS menjadi salah satu kendala bagi mitra karena belum dapat memaksimalkan kemudahan pelanggan dalam melakukan pemesanan menggunakan media internet. Kemudian dalam menyusun laporan administratif keuangan juga belum tersusun dengan baik sehingga dalam pelaporan laba usaha masih mengalami kendala karena proses pembuatan laporan dilakukan secara manual. Berdasarkan kendala yang dihadapi maka perlu adanya pemanfaatan teknologi yaitu internet dengan adanya *E-commerce*.

Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Adiono, 2013).

E-commerce menyediakan fasilitas-fasilitas seperti: katalog produk yang berisi gambar dan informasi produk agar mempermudah promosi dan pelayanan pembelian jarak jauh. *E-commerce* diharapkan dapat membantu pihak UKM untuk meningkatkan pangsa pasar dalam mempromosikan produknya, mempermudah dalam pengelolaan laporan hasil penjualan, membantu konsumen yang ingin mendapatkan informasi dan memesan produk hasil kedelai tanpa harus datang langsung ke Home Industri Tempe serta mengetahui perkembangan stok tanpa harus menghubungi pihak UKM melalui sms atau telepon.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana memperluas jaringan pemasaran hasil olahan kedelai pada Kelompok Usaha Kedelai Di Kelurahan Gunung Sulah ?
2. Bagaimana merancang sistem informasi *E-commerce* pada Kelompok Usaha Kedelai di Kelurahan Gunung Sulah?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terarah, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang akan dibahas, batasan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Model *E-commerce* yang di terapkan adalah model *bussines to konsumen* (B2C).
2. Proses pemasaran hanya hasil olahan kedelai seperti: tahu, tempe, dan oncom.
3. Bahasa pemograman yang digunakan yaitu bahasa pemograman PHP dan Database MySQL.
4. *Website* hanya dikelola oleh UKM pengolah kedelai di Gunung Sulah serta admin yang selanjutnya akan mengolah data dari UKM tersebut.
5. Desain program yang berbasis web dengan *responsive*.
6. Pengujian hanya dilakukan terhadap fungsionalitas, *black box*, *software tester*, belum sampai ke *user acceptance testing*.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan pemanfaatan *e-commerce* dapat memperluas pangsa pasar dan memperbanyak konsumen.
2. Membangun *website* yang dapat membantu konsumen dalam melakukan proses pemesanan, pembayaran dan pengiriman produk.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Dapat membantu UKM pengolah kedelai di Gunung Sulah dalam memasarkan hasil olahan kedelai melalui *e-commerce* yang dapat diakses tanpa batas.
2. *Website* yang dibangun diharapkan dapat membantu dalam memberikan informasi produk kepada konsumen, proses penjualan serta menghasilkan laporan penjualan yang terkomputerisasi kepada UKM kedelai.