

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan. Dengan adanya internet dan ICT proses promosi dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terkait ruang dan waktu.

Salah satu penerapan ICT dan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic marketplace* (*e-marketplace*). *E-marketplace* dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk pasar elektronik (*virtual market*) dimana pembeli dan penjual bertemu dan dihubungkan melalui suatu transaksi elektronik (*online*) yang dapat diakses secara cepat, aman dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (terbebas dari jam kerja suatu tempat).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil.

Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM adalah dalam media promosi, yang memerlukan biaya tinggi, misalnya ikut pameran, penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya internet menjadi sarana yang *efisien* untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UMKM. Disamping biaya relatif murah, dengan memanfaatkan internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas.

E-marketplace yang berbasis media *online* atau internet, memungkinkan pengunjung situs untuk mengakses *website* yang dibuat pelaku UMKM, dan memilih produk dan jasa yang ditawarkan UMKM pada katalog *virtual*. Bila pengunjung ingin membeli sesuatu yang dia suka, mereka hanya “menambahkan” ke keranjang belanja *virtual* mereka. *Item* dalam keranjang belanja *virtual* dapat ditambahkan atau dihapus. Kasir virtual akan menanyakan nama, alamat dan lain-lain dan metode pembayaran (misalkan melalui COD, Transfer Bank). Setelah itu pengunjung hanya menunggu untuk pengiriman.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan analisis, kemudian merancang sistem informasi yang dilanjutkan dengan pembuatan aplikasinya. Sehingga penulis memilih judul : **“Rancang Bangun Aplikasi *E-Marketplace* UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Keripik Bandarlampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan dijadikan penyusunan dalam laporan skripsi sebagai berikut :

1. Bagaimana pelanggan membeli produk keripik dengan cara mudah?
2. Bagaimana penjual menjual produknya secara luas dan mudah?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan penelitian ini, maka penulis membatasi hanya pada Rancang Bangun Aplikasi *E-Marketplace* UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Keripik Bandarlampung”, maka penelitian hanya membatasi pada penyelesaian masalah sebagai berikut :

1. Aplikasi *E-Marketplace* UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), hanya menampilkan usaha penjualan keripik yang ada di wilayah Bandarlampung.
2. Sistem aplikasi *E-Marketplace* UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ini dapat memesan produk yang ada pada penjualan keripik di wilayah Bandarlampung.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam suatu cakupan wilayah (*marketplace*) untuk melakukan transaksi.
2. Untuk membantu proses mempromosikan barang atau jasa pada UMKM keripik.
3. Sebagai penyusunan skripsi pada Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan tentang teknologi dibidang media promosi pada UMKM keripik.
2. Memberikan kemudahan bagi UMKM keripik dalam proses mempromosikan barang atau jasa.