

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM merupakan bagian yang mampu memberikan dampak terhadap perkembangan ekonomi masyarakat dengan melakukan pemberdayaan sumber daya manusia untuk menghasilkan suatu inovasi berupa produk-produk khas daerah atau kebutuhan masyarakat (Damayanti dan Sumiati, 2018). Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data persentase angka kemiskinan yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan angka 10,12% pada tahun 2017 dan mengalami penurunan sebesar 9,82% pada tahun berikutnya, yang mengakibatkan penurunan tersebut salah satunya adalah peningkatan UMKM di lingkungan masyarakat (BPS, 2018). Sehingga dengan tingginya pengaruh UMKM sebagai pondasi perekonomian masyarakat tentu menjadi perhatian penting untuk meningkatkan kualitas maupun penjualan produk UMKM.

Berdasarkan Undang-undang No. 33 Tahun 2007 tentang pembentukan Kabupaten Pesawaran di Propinsi Lampung Tanggal 10 Agustus 2007 secara administratif Kabupaten Pesawaran terbagi menjadi sebelas Kecamatan. Dinas UMKM Kabupaten Pesawaran sebagai dinas yang bertugas memwadahi kegiatan UMKM sebagai pendorong dan menumbuh kembangkan UMKM yang terdaftar dalam rangka menunjang Visi dan Misi pembangunan Kabupaten Pesawaran dan mensinergikan program serta kegiatan kearah untuk mewujudkan visi dan misi yang saling berkesinambungan (Perpres, 2007).

Proses maupun prosedur untuk meningkatkan Dinas UMKM yang dilakukan untuk meningkatkan minat dan penjualan produk hasil UMKM biasa dilakukan melalui pameran dan informasi banner (Satia dan Izzato, 2016). Bagi anggota UMKM baik industri rumahan maupun sudah pabrik dapat menjajakan produknya melalui media tersebut, dari proses tersebut pihak Dinas secara rutin baik mingguan maupun bulanan selalu mengadakan pameran seperti adanya *Pesawaran Fair* maupun kegiatan pemerintahan yang dapat mempermudah konsumen melihat dan membeli produk UMKM. Berdasarkan produk-produk yang dihasilkan pihak Dinas akan menyeleksi yang dilakukan sebagai produk unggulan dan menjadi produk yang memiliki peluang bagi perekonomian daerah.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan pada Dinas UMKM Kabupaten Pesawaran terdapat 3084 yang terdaftar dan memiliki beberapa produk unggulan seperti Tapis, Batu Fossil, Keripik hingga olahan Ikan. Berdasarkan jumlah UMKM yang relatif banyak dan terus bertambah setiap tahunnya menunjukkan permasalahan seperti belum memanfaatkan media teknologi informasi khususnya *mobile* untuk membantu meningkatkan pemasaran produk UMKM dan meningkatkan penjualan produk. Media pemasaran yang dilakukan secara manual seperti membuka pameran dan media banner oleh pihak Dinas mengakibatkan tingginya biaya operasional untuk membuka pameran dan pengenalan melalui media banner, sehingga berdampak pada jaringan UMKM yang lemah dan terbatasnya pasar maka UMKM tidak mempunyai keunggulan secara kompetitif.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan suatu solusi yaitu dengan melakukan desain sistem pemasaran yang dilakukan menggunakan media *mobile*,

media tersebut memiliki keunggulan seperti mudah diakses, mudah digunakan dan memberikan informasi secara *online* (Gunawan dan Saputro, 2018). Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada Tahun 2018 menunjukkan peningkatan setiap tahunnya sebesar 10% dan pengguna internet tertinggi adalah media *mobile* (APJII, 2018). Hal tersebut yang menjadi motivasi dibangunnya sistem menggunakan *mobile*. Keberhasilan terhadap pemasaran produk yaitu dengan meningkatnya penjualan produk dan minat konsumen, berdasarkan hal tersebut maka diperlukan suatu strategi berupa penerapan *Marketing Mix 4P* untuk dasar strategi pemasaran seperti *product, promotion, plant, price*, sehingga proses pemasaran dapat terlaksana dengan baik (Kotler dan Amstrong, 2017). Oleh sebab itu peneliti memberikan solusi dengan dibangunnya sistem pemasaran UMKM menggunakan *mobile* dengan fitur promosi, informasi produk, keunggulan produk dan dapat melakukan transaksi penjualan yang di integrasikan ke media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dihasilkan yaitu bagaimana memanfaatkan media teknologi informasi khususnya *mobile* untuk membantu meningkatkan pemasaran produk UMKM dan meningkatkan penjualan produk ?

1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada aplikasi yang akan dibangun yaitu :

1. UMKM wilayah Kabupaten Pesawaran
2. Data produk berdasarkan UMKM terdaftar yang telah dihasilkan baik organisasi, individu, rumahan maupun pabrikan.

3. Hasil dari pengolahan berupa data produk pada masing-masing UMKM khususnya daerah Kabupaten Pesawaran.
4. Produk-produk unggulan yang terdaftar dapat digunakan sebagai produk promosi utama.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan tujuan yang dirancang pada penelitian yaitu :

Menghasilkan aplikasi *e-marketplace* menggunakan *mobile* dan mempermudah proses pemasaran secara *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dihasilkan dari pengembangan aplikasi yaitu:

1. Bagi Dinas UMKM

Membantu mendata serta memberikan kemudahan proses pemasaran produk secara *online* sehingga dapat berdampak pada peningkatan minat konsumen dan penjualan produk.

2. Bagi Masyarakat dan Konsumen

Memberikan informasi produk UMKM kabupaten Pesawaran yang dilakukan secara luas serta terdapatnya fitur transaksi penjualan memberikan kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk.