BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan Teknologi telah memberi dampak yang besar bagi kehidupan manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Salah satunya kekuatan ekonomi daerah yaitu keberadaan pelaku ekonomi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menopang perekonomian Indonesia (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Patut diketahui bahwa UMKM telah menjadi pilar utama ekosistem ekonomi Indonesia, 99% pelaku ekonomi Indonesia berada di sektor UMKM. UMKM juga berpotensi besar untuk mempercepat pemulihan ekonomi negara di masa pandemi Covid-19 ini (Arianto 2020). Maka dari itu UMKM di Indonesia harus terus tumbuh, tidak hanya berfokus pada volume transaksi saja, tetapi juga pada perubahan proses bisnis, seperti saat ini masyarakat yang semakin akrab dengan istilah *reseller* ataupun *dropshiping* (Amri 2018).

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kristiyani (2020) yang membangun sebuah sistem informasi untuk distributor dan *reseller*, masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah cara memberikan informasi antar mitra yang belum menguntungkan satu sama lain dan transaksi yang hanya mengandalkan media sosial chat, hal ini kurang efisien cukup membuang waktu dan tenaga. Solusi yang dilakukan oleh peneliti dengan membuat sistem informasi yang menerapkan *Partner Relationship Management* (PRM) hal ini dikarenakan PRM bekerja dengan cepat untuk memahami kebutuhan mitra. Tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Soesanto dan Absari (2021) dalam penelitiannya teradapat

beberapa permasalahan seperti banyak kesalahan data dan informasi yang di alami oleh mitra saat pandemic. Hal ini disebabkan tidak adanya fasilitas yang menunjang mitra untuk mengakses informasi dengan *real time* dan baik. Salah satu solusi yang berikan yaitu juga dengan menerapkan PRM pada sistem informasi yang dibangun karena PRM dianggap dapat memenuhi fitur-fitur yang dibutuhkan, didukung dengan penerapan metode *Design Science Research* (DSR) yang dianggap metode yang sejalan dengan sistem yang akan dibuat.

Sedangkan kendala yang dihadapi oleh penelitian saat ini lebih kompleks dari pada penelitian terdahulu yaitu sederhananya sistem manajemen Plummyskin untuk *reseller* dan *dropshipper*nya, yang hanya mengandalkan media sosial *chat*, WhatsApp dan Telegram. Media sosial tersebut digunakan dalam proses membagikan ketersediaan produk, marketing kit, proses *repeat order* dan *reward* bulanan. Cara tersebut dianggap kurang efisien, karena distributor harus menjawab pertanyaan *reseller* satu persatu untuk memberikan marketing kit dan melihat ketersediaan stok. Sistem yang berjalan saat ini memungkinkan hilangnya file yang diunduh. Seperti terhapus, file terformat atau file kadaluarsa sehingga tidak dapat diunduh kembali. Proses *repeat order* yang masih manual, menyulitkan dalam mendata *reseller* yang mendapatkan *reward* bulanan. Adanya permasalahan ini tentunya membuat loyalitas para mitra.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti juga membangun sebuah sistem PRM berbasis website, menerapkan metodologi *Extreme Programming*. Dengan sistem PRM dan metode ini akan lebih efisien dan efektif, karena fitur yang disediakan lebih lengkap daripada penelitian sebelumnya. Sehingga dapat memfasilitasi para mitra yang bekerja sama seperti *reseller* ataupun *dropshipper*

dalam melakukan *repeat order*, melihat marketing kit, dan melihat pemenang *reward* bulanan. Sistem ini juga disertai edukasi mitra yang dapat membantu para mitra untuk terus mengasah teknik marketingnya. Sehingga saling menguntungkan satu sama lain, dan mempercepat proses jual beli. Dengan demikian terciptalah hubungan yang baik antar mitra seperti *reseller* ataupun *dropshipper*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana membangun sistem *Partner Relationship Management* (PRM) untuk mempermudah manajemen *reseller* dan *dropshipper* di Plummyskin?"

1.3 Batasan Masalah

1. Sistem ini ditujukan pada Plummyskin Gunung Pati, Semarang.
2. Informasi data yang digunakan adalah data Plummyskin dari bulan Januari hingga Februari 2021.
3. Sistem ini menggunakan beberapa data seperti data distributor, data *reseller*, dan data marketing kit.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Membangun sistem yang dapat mempermudah hubungan kerjasama antar mitra.
2. Memperoleh kemudahan dalam proses pendistribusian barang dan membuat informasi yang relevan.
3. Memperoleh kemudahan untuk mendapatkan pemenang *reward* bulanan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah membangun hubungan baik dengan mitra, untuk memperkuat perusahaan dalam persaingan pasar. Adanya sistem ini memberikan kemudahan bagi perusahaan, distributor maupun *reseller* dalam mengelola data juga mendistribusikan secara relevan dan *up to date*.

.