

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terjadi begitu cepat mempengaruhi pertumbuhan sistem informasi sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini. Selain peningkatan kebutuhan manusia, perkembangan teknologi informasi juga sangat pesat. Teknologi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Semua jenis kehidupan membutuhkan teknologi untuk mempermudah pekerjaan dan kebutuhan untuk dipenuhi dengan cepat. Internet dapat berkembang dan berubah dengan cepat. Salah satunya adalah berbagai bentuk kegiatan rutin yang kini dapat dilakukan dalam bentuk virtual. Berkat internet, siapa pun dapat terhubung dengan orang lain di seluruh dunia.

Menurut (Rerung, 2018) Teknologi informasi adalah pemakaian perangkat elektronik terutama komputer untuk memasukkan, memproses, menyimpan, menganalisis dan mendistribusikan/menyebarkan informasi. Berdasarkan definisi diatas dapat dikatakan bahwa komputer hanyalah salah satu produk dalam domain teknologi informasi. Website atau situs web merupakan kumpulan dari beberapa halaman yang saling berkaitan berisi informasi dalam bentuk multimedia. Salah satu jenis website berdasarkan fungsinya yaitu E-Commerce. Jenis website E-Commerce berfokus pada pemesanan produk dan transaksi daring. E-Commerce merupakan jenis website yang pada umumnya untuk melakukan aktifitas jual-beli produk atau jasa melalui dunia maya (Rerung, 2018).

Menurut (Indrawati & Basuki, 2017) Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Alasan lainnya adalah usaha mikro dan kecil memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, utamanya pada sektor pertanian tanaman pangan perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan/restoran. Usaha menengah memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan dan kehutanan. Usaha besar memiliki keunggulan dalam industri pengolahan, listrik, gas, komunikasi, dan pertambangan. Maka hal ini membuktikan bahwa UMKM dan usaha besar saling melengkapi dan saling membutuhkan, meskipun pada kenyataannya UMKM lebih dominan dalam penyerapan tenaga kerja hingga kontribusinya terhadap pendapatan nasional.

UMKM Orbs yang merupakan salah satu usaha bisnis kecil yang berjalan di bidang tekstil sudah menggunakan E-Commerce dalam proses penjualannya seperti dalam hal promosi yang dilakukan melalui media sosial. Dalam hal transaksi para calon konsumen lebih dominan menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk bertransaksi maka dari itu pihak orbs merasakan kendala disaat pemesanan produk

dalam jumlah besar sangat menguras tenaga kerja dalam mencatat data orderan secara manual melalui Whatsapp. Demikian informasi yang didapatkan melalui observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap pihak UMKM Orbs.

UMKM Orbs bertujuan untuk membangun brandnya sendiri yang memiliki ciri khas seperti Uniqlo dan lain-lain.

Untuk membangun e-commerce ada 2 cara yaitu aplikasi cms opensource / aplikasi berbayar, disini peneliti akan menggunakan cms opensource lalu yang jadi masalah adalah banyak sekali cms opensource e-commerce yang merasa cms nya adalah yang terbaik seperti Shopify, Magento, BigCommerce, OpenCart dan banyak lagi, maka untuk menemukan cms e-commerce yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari UMKM Orbs Peneliti menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk melakukan penelitian, adapun beberapa metode penelitian yang lainnya antara lain ANP, “Simple Additive Weighting (SAW), Topsis dan lain-lain. Kemudian peneliti menggunakan tools Super Decision untuk menganalisis hasil mentah dari kuisisioner yang akan diolah menjadi hasil “CMS Terbaik” yang akan digunakan sebagai CMS Sistem penjualan E-Commerce pada UMKM Orbs.

Maka dari itu, dalam upaya meningkatkan daya saing serta melakukan inovasi dalam proses transaksi, pihak orbs berharap adanya sebuah sistem yang dapat membantu proses penjualan dengan tujuan mempermudah proses transaksi baik konsumen dan karyawan. Serta sekaligus dapat meningkatkan daya saing pasar dengan memperbesar nama brand sebagai brand yang menjadi panutan oleh pesaing maka kurang efisien jika UMKM Orbs masih belum memiliki sistem penjualan yang sesuai dalam kegiatan penjualannya. Sehingga mengakibatkan terlambatnya

pelaporan penjualan setiap bulan. Dan juga pencatatan penjualan yang kurang efektif sehingga banyaknya data yang hilang dikarenakan belum ada aplikasi yang memadai untuk menyimpan catatan penjualan UMKM Orbs.. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil sebuah judul **“ANALISIS PENDUKUNG KEPUTUSAN MEMILIH CMS E-COMMERCE PADA UMKM ORBS”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Memilih CMS E-Commerce yang sesuai dengan UMKM ORBS?
2. Bagaimana Membangun E-Commerce pada UMKM ORBS?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

UMKM Orbs yang berada di Jl. Nusantara Perum Pujangga Alam Kartini Blok A1 Nomor 3. Waktu pengambilan data pada bulan Mei-Juni, terkait dengan data yang akan di gunakan antara lain data customer, barang, riwayat penjualan pembelian. Dan peneliti menggunakan metode penelitian *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Adapun Alternatif yang digunakan yakni: Shopify, Magento, BigCommerce, Prestashop, OsCommerce, AbanteCart dan Opencart. Sedangkan untuk Kriteria antara lain: Biaya, Komunitas, Layanan Bahasa, Kelengkapan Fitur dan Kemudahan Akses

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Memilih CMS yang akan digunakan dalam perancangan e-commerce pada UMKM ORBS menggunakan SPK
2. Untuk dapat mengimplementasikan sebuah sistem informasi penjualan yang sesuai dan berguna bagi pihak UMKM

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dapat membantu dalam memudahkan proses transaksi penjualan bagi pihak administrasi dan Dapat mempermudah konsumen dalam melakukan orderan yang akan menjadi keuntungan bagi perusahaan

2. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan lebih dalam mengenai informasi sistem informasi dan Dapat memberi pengalaman baru dalam membantu pihak usaha bisnis dalam melakukan inovasi bisnis

3. Bagi Akademik

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk dilakukan peneliti selanjutnya terkait sistem informasi dan pendukung keputusan serta

Dapat dijadikan referensi dan informasi di Perpustakaan Universitas Teknokrat Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan membahas tentang teori-teori yang mendasari dari penelitian yang berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini meliputi konsep kerangka, tahapan penelitian serta bahan dan alat yang akan digunakan pada UMKM ORBS. yang akan menyelesaikan masalah pada UMKM ORBS.

BAB IV IMPLEMENTASI

Pada bagian ini akan menjelaskan evaluasi sistem yang diimplementasikan dan menampilkan hasil dari penelitian.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang telah kita peroleh dengan menggunakan metode pada bab III, serta memberikan penjelasan secara terperinci terkait hal tersebut.

BAB VI PENUTUP

Pada bagian ini meliputi kesimpulan dan saran.