

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada saat ini pelaku usaha sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) wilayah perkotaan dalam menciptakan suatu produk harus dilakukan dengan unsur ketrampilan, kreativitas dan inovasi didalamnya atau dalam hal ini disebut dengan industri kreatif. Industri kreatif adalah segala proses penciptaan, kreativitas, ide, dan gagasan dari seseorang atau kelompok yang kemudian dapat menghasilkan karya atau produk setelahnya. Penerapan industri kreatif pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) penting untuk dilakukan mengingat persaingan yang sangat ketat, tantangan yang semakin berat ke depan dan juga harus berhadapan dengan produk dari luar (*import*) yang memiliki kualitas dan harga yang lebih murah (Ananda dan Susilowati, 2019).

Ninda Tapis Lampung merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyediakan berbagai macam produk tradisional Lampung. Produk-produknya adalah Kebaya Sulam Usus, Kain Tapis Lampung, Sandal Tapis, Peci Tapis, Batik Khas Lampung, Kebung dan berbagai macam Souvenir Khas Lampung. Produk unggulan Ninda Tapis Lampung yang juga sangat populer adalah Kain Tapis Lampung-nya. Tapis Lampung adalah produk tradisional Lampung dengan pola motif khusus terbuat dari tenun benang kapas dengan motif atau hiasan bahan sudi, benang perak atau benang emas dengan sistem sulam (Permatasari, Kholijah dan Fatimah, 2022). Ninda Tapis Lampung buka pada pagi hingga sore hari di Jalan Gede Harun, Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung.

Ninda Tapis Lampung dalam memasarkan dan menjual produknya masih dilakukan secara langsung atau dalam hal ini pelanggan harus datang langsung ke toko. Pemasaran dan penjualan yang masih dilakukan dengan cara konvensional menjadikan pangsa pasar tidak menjangkau secara luas atau hanya terfokus pada pelanggan lokal saja. Padahal menurut wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik, salah satu visi dari Ninda Tapis Lampung yaitu menciptakan produk budaya Lampung untuk dapat melestarikan dan dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah maupun manca negara. Melihat dari visi tersebut tentu bertolak belakang dengan proses pemasaran dan penjualan yang dilakukan saat ini. Sedangkan untuk dapat menjangkau pasar secara global harus memanfaatkan peran teknologi, informasi dan komunikasi dalam prosesnya (Febriyati dan Arnol, 2020).

Faktor penghambat yang menjadi pemicu belum dilakukannya pemanfaatan teknologi, informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran dan penjualan karena penggunaan modal usaha relatif. Hal tersebut dibenarkan oleh pernyataan (Ananda dan Susilowati, 2019) bahwa UMKM memang merupakan usaha dengan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Selain dari jangkauan pasar yang tidak luas cara konvensional menyebabkan beberapa masalah dalam proses pengolahan data transaksi, seperti kesalahan pencatatan penjualan sehingga tidak sesuai jumlah uang yang ada dicatat dengan yang diterima, resiko kerusakan dan kehilangan pada buku pencatatan transaksi hingga pembuatan laporan bulanan memerlukan waktu yang cukup lama. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk merancang, membangun dan menerapkan sistem yang dapat memasarkan produk dengan

jangkauan pasar secara global, melakukan proses jual beli tanpa harus datang langsung ke toko serta dapat mengelola data produk dan laporan secara tersistem.

Pada penelitian ini perancangan dan pengembangan sistem menggunakan konsep *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain (Rehatalanit, 2021). Menurut (Febriyati dan Arnol, 2020) sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* dapat menjangkau pemasaran dengan tujuan pasar global, dapat memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi dan memudahkan dalam mengelola produk yang dijual. Pernyataan tersebut dijadikan pendukung pada penelitian ini dalam penggunaan konsep *E-Commerce* dan dapat menjadi jawaban bahwa sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* juga sesuai dengan tujuan penelitian ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang dan membangun sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* yang dapat menunjang penjualan UMKM Ninda Tapis Lampung ?
2. Bagaimana pelanggan mendapatkan layanan kebutuhan informasi produk dan proses transaksi pembelian tanpa harus datang langsung kelokasi penjualan ?

3. Bagaimana mengimplemntasikan sistem yang telah di rancang dan di bangun menggunakan metode pengembangan *Extreme Programming* (XP) ?

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membangun sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* yang dapat menunjang penjualan UMKM Ninda Tapis Lampung.
2. Adanya sistem yang dapat digunakan pelanggan untuk mendapatkan layanan kebutuhan informasi produk dan proses transaksi pembelian tanpa harus datang langsung kelokasi penjualan.
3. Mengimplementasikan sistem yang telah di rancang dan di bangun menggunakan metode pengembangan *Extreme Programming* (XP).

### **1.4 Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka batasan masalah penelitian ini adalah :

1. Lingkup penelitian ini hanya dilakukan pada proses penjualan yang berlangsung di Ninda Tapis Lampung.
2. Penelitian ini hanya terfokus pada proses layanan pemasaran produk, layanan informasi produk, layanan transaksi, pengolahan data produk dan penyajian laporan penjualan.
3. Harga yang di tetapkan hanya untuk perdagangan reguler atau eceran, sehingga sistem tidak menyediakan fitur penjualan khusus reseller.

4. Metode pembayaran yang digunakan hanya melalui transfer bank dan dompet digital.
5. Sistem tidak menyediakan fitur return produk.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang di peroleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Akademisi Sistem Informasi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap penyelesaian masalah yang berkaitan dengan penerapan sistem pemasaran berbasis *E-Commerce* pada UMKM dan bisa dijadikan referensi sebagai bahan literatur bagi para pembaca serta sebagai masukan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitiannya pada bidang yang sama.

2. Untuk Ninda Tapis Lampung

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Ninda Tapis Lampung dalam menyediakan fasilitas berbasis teknologi dalam menjangkau pemasaran dengan tujuan pasar global, memberikan kemudahan dalam pengolahan data, serta dapat memberikan pelayanan yang memudahkan pelanggan dalam proses pembelian.