

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Commerce atau perdagangan adalah kegiatan yang sudah dilakukan umat manusia sejak dahulu kala. Tahun 1990, perdagangan digital atau yang lebih populer dengan sebutan *e-commerce* mulai dikenal oleh masyarakat umum seiring dengan berkembangnya teknologi internet, terutama dalam bertukar informasi [1]. Sejak saat itu, *e-commerce* terus berkembang dan diterapkan hampir diseluruh jenis usaha yang ada. Perkembangan yang cepat tersebut dikarenakan kelebihan yang ditawarkan oleh *e-commerce* dibandingkan dengan perdagangan konvensional, seperti penghematan waktu dan biaya untuk pemasaran. Salah satu jenis usaha yang mulai menerapkan *e-commerce* adalah UMKM. Pengertian dari UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah sendiri yaitu usaha produktif yang dimiliki oleh badan usaha atau perorangan dengan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan nilai yang diatur dalam Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha besar [2].

Data yang didapat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop) pada 2017 menunjukkan pelaku usaha UMKM yang sudah menggunakan media *online* sebagai tempat untuk memasarkan produk sebesar 3.92 juta dari total 59.2 juta. Jika dilihat dari perbandingan kedua angka tersebut, masih banyak pengusaha UMKM yang belum menerapkan *e-commerce*. Menurut Dubelaar dkk. [3] ada beberapa faktor yang menyebabkan sulitnya penerapan *e-commerce* pada UMKM, yaitu konsumen dan rekan bisnis yang belum siap untuk menggunakan teknologi *e-commerce* dan kurangnya sumber daya manusia untuk menunjang IT serta keamanan dari *e-commerce* itu sendiri. Beberapa faktor yang disebutkan diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh Hanum [4] terhadap

para pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah yang berlokasi di Kota Semarang. Penelitian tersebut dilakukan dengan metode survei serta wawancara. Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa faktor teknologi membawa dampak terhadap perkembangan UMKM di Kota Semarang. Hasil ini diperoleh dari besarnya nilai t hitung 2,273 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,664 serta tingkat signifikansi senilai 0,025 yang lebih kecil dari 0,05. Faktor *e-commerce* lain yang membawa dampak terhadap UMKM yaitu faktor individu dengan t hitung sebesar 4,587 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,664 serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,005.

UMKM merupakan salah satu faktor pendorong perekonomian negara. Semakin berkembang UMKM di Indonesia, maka perekonomian negara juga semakin meningkat. Menurut data yang terlampir dari penelitian yang dilakukan oleh [5] bahwa pada tahun 2011 UMKM menyumbang 57,94 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Dilihat dari dampak yang diberikan UMKM terhadap ekonomi, maka sangat penting pengimplementasian hal-hal yang dapat membantu mengembangkan dan memperluas pasar UMKM. Penerapan *e-commerce* terbukti membawa dampak positif dan perubahan yang signifikan terhadap UMKM. Penelitian mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap UMKM binaan RKB BNI Padang oleh [6] serta UMKM Pengolahan Besi Ciempa oleh [7] menunjukkan bahwa *e-commerce* memberikan dampak positif serta pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Oje Parcelbox merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kerajinan kayu. Masalah utama yang dihadapi oleh Oje Parcelbox yaitu masih menggunakan sistem pemasaran konvensional. Sistem pemasaran tersebut berbentuk keikutsertaan dalam pameran kerajinan yang diadakan setiap tahun dan menawarkan produk melalui telepon maupun secara langsung kepada konsumen. Penggunaan sistem konvensional ini menyebabkan pemasaran yang kurang efektif dan menyusahakan konsumen untuk melihat produk yang ditawarkan oleh Oje Parcelbox. Sistem pemasaran konvensional juga terpengaruh oleh adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa wilayah di Indonesia yang menyebabkan tidak dapat melakukan transaksi ataupun pemasaran

secara langsung kepada konsumen. [8] Masalah yang kedua yaitu penulisan laporan penjualan masih dilakukan secara manual dengan ditulis tangan. Hal ini menyebabkan munculnya biaya setiap bulan untuk mempekerjakan akuntan dan juga biaya alat tulis untuk mencatat laporan. Selain itu, masalah yang ketiga adalah pengenalan produk baru kepada konsumen yang kurang efektif melalui brosur yang diberikan secara langsung kepada pengunjung pameran saat berada di pameran. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah solusi untuk menyelesaikan masalah pemasaran serta penjualan produk Oje Parcelbox agar lebih efektif dan dapat mengurangi biaya yang timbul setiap bulan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dipaparkan pada bagian latar belakang, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara untuk meningkatkan pemasaran serta penjualan produk Oje Parcelbox sehingga lebih efektif dan dapat mengurangi biaya yang timbul setiap bulannya?
2. Bagaimana cara untuk memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan selera konsumen?

1.3. Batasan Masalah

Terdapat batasan masalah yang diterapkan dalam pembangunan situs *e-commerce* berbasis situs untuk Oje Parcelbox sebagai berikut:

1. Hanya terdapat satu jenis sistem pembayaran, yaitu melalui transfer bank.
2. Tidak adanya sistem konfirmasi pembayaran secara otomatis, konsumen harus mengunggah bukti transfer untuk konfirmasi pembayaran.
3. Tidak adanya sistem untuk melacak pengiriman barang langsung dari situs.
4. Tidak adanya fitur untuk melakukan komplain barang di dalam situs. Fitur komplain hanya dapat dilakukan melalui *whatsapp*.

5. Tidak adanya fitur *live chat* di dalam situs. Fitur *live chat* hanya dapat dilakukan melalui *whatsapp* dan *email*.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian terhadap UMKM Oje Parcelbox yaitu sebagai berikut:

1. Mendesain serta membangun sebuah sistem *e-commerce* berbasis situs yang dapat digunakan sebagai media yang lebih efektif untuk pemasaran dan transaksi jual-beli produk Oje Parcelbox serta mengimplementasikan sebuah fitur yang dapat menghasilkan laporan penjualan secara otomatis setiap bulan dan tahun untuk UMKM Oje Parcelbox.
2. Mendesain serta membangun sebuah sistem rekomendasi berupa notifikasi jenis produk tertentu yang sesuai dengan selera konsumen.

1.5. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembangunan situs *e-commerce* untuk UMKM Oje Parcelbox ini adalah:

1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah hasil dari kegiatan meninjau penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut dapat berupa jurnal maupun buku yang membahas masalah yang berkaitan dengan pembangunan situs *e-commerce* untuk UMKM. Tujuan dari tinjauan pustaka sendiri adalah memberikan dasar serta penjelasan dari teori yang terdapat di dalam penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara atau proses tanya jawab dilakukan dengan pemilik usaha UMKM Oje Parcelbox, Bapak Christian Haryanto untuk mendapatkan data serta informasi yang diperlukan dalam pembangunan situs *e-commerce*. Data serta informasi dari hasil wawancara tersebut akan digunakan sebagai acuan serta batasan dalam perancangan maupun pembuatan situs *e-commerce* untuk UMKM Oje Parcelbox.

3. Pembangunan Perangkat Lunak

Metode *waterfall* digunakan dalam pembangunan perangkat lunak *e-commerce* berbasis situs untuk UKM Oje Parcelbox. *Waterfall*

didefinisikan sebagai sebuah proses manajemen untuk menangani proyek yang besar dan juga rumit. *Waterfall* adalah salah satu jenis metode dalam *Software Development Life Cycle* (SDLC). Metode *waterfall* terdiri dari 7 tahap, yaitu *system requirements*, *software requirements*, *analysis*, *program design*, *coding*, *testing*, dan juga *operation*.

Pada tahap *requirements* dan *analysis*, tim *developer* mencatat kebutuhan baik secara perangkat lunak maupun keras yang dibutuhkan untuk membuat perangkat lunak. Pada tahap selanjutnya, tim *developer* akan mendesain kerangka atau *prototype* dari perangkat lunak yang akan dibuat. Setelah proses *program design* selesai, tim *developer* akan melanjutkan untuk membuat perangkat lunak tersebut pada proses *coding* dan setelah selesai akan dilakukan poses *testing* untuk melihat apakah perangkat lunak sudah berjalan dengan benar dan sesuai dengan ekspetasi dari *user*. Jika proses *testing* sudah berhasil, maka perangkat lunak sudah selesai dan dapat digunakan oleh *user*. [9]

4. Penulisan Laporan

Penulisan laporan merupakan tahap terakhir dalam penelitian yang dilakukan setelah perangkat lunak berhasil dibangun. Laporan berisikan hasil terakhir dari perangkat lunak serta bertujuan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian serupa dalam masa mendatang.

Tabel dibawah ini merupakan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tahapan-tahapan pembangunan aplikasi *e-commerce* berbasis *Single Page Application* untuk UMKM Oje Parcelbox.

Tabel 1.1 Tabel Waktu untuk Perancangan dan Pembangunan Aplikasi *E-commerce* UMKM Oje Parcelbox

Tahap Metodologi	Bulan																								
	Januari 2021				Februari 2021				Maret 2021				April 2021				Mei 2021				Juni 2021				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Wawancara	■	■																							
<i>System Requirements and Software Requirements</i>			■	■																					
<i>Analysis</i>					■	■																			
<i>Program Design</i>							■	■	■																
<i>Coding</i>									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
<i>Testing and Operation</i>																					■	■			
Penulisan Laporan																						■	■		

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pembahasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan metode yang digunakan dalam pembangunan situs *e-commerce* berbasis *Single Page Application* untuk UMKM Oje Parcelbox serta sistematika penulisan laporan tugas akhir ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan rangkuman singkat dari penelitian-penelitian terdahulu dengan topik permasalahan yang memiliki kemiripan dengan topik penelitian dalam tugas akhir ini.

BAB III: LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari dasar teori dari penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai landasan serta referensi dalam perancangan serta pembangunan situs *e-commerce* untuk UMKM Oje Parcelbox.

BAB IV: ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini terdiri dari pembahasan analisis, perancangan sistem, dan juga pembahasan kebutuhan dari pembangunan situs seperti lingkup masalah, fungsionalitas, kebutuhan antar muka, ERD, dan diagram.

BAB V: IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisikan pembahasan mengenai implementasi rancangan sistem ke dalam pembangunan situs dan juga pengujian sistem untuk menentukan apakah situs yang dibangun sudah memenuhi tujuan-tujuan yang ingin dicapai.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan tugas akhir yang berisikan kesimpulan serta saran yang didapat selama pembuatan laporan ini.