

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat cepat memberikan kemudahan untuk manusia dalam melakukan kegiatan sehari-harinya, salah satunya adalah transaksi jual beli. Seiring berubahnya waktu, masyarakat ekonomi mulai memilih cara yang lebih mudah dalam melakukan transaksi jual beli yaitu melalui sistem *online*. Hal ini tentunya membuat para pelaku bisnis untuk saling bersaing dalam menentukan strategi terbaik untuk bisnis mereka. (Mumtaha & Khoiri, 2019). Dengan hal ini, banyak perusahaan yang sudah mulai menerapkan *e-commerce* pada bisnisnya yang mana hal ini merupakan sebuah proses transaksi jual beli sebuah produk atau jasa secara *online* oleh konsumen dari perusahaan ke perusahaan menggunakan gawai atau komputer dan internet sebagai perantara. (Nuraeni & Astuti, 2019). Dengan hal inilah peran teknologi dan informasi dapat membantu perekonomian UMKM.

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha untuk menghasilkan pendapatan tertentu di semua sektor ekonomi. (Hanim & Noorman, 2018). Berdasarkan Kementerian Koperasi dan UKM jumlah UMKM pada tahun 2019 mencapai 65,46 juta dan akan terus meningkat. (KemenkopUKM, 2019). Namun, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM dari sekitar 65 juta lebih UMKM, baru 17,25 juta atau sekitar 26,5% UMKM yang sudah terhubung ke media digital. (BI, 2022). UMKM merupakan sumber perekonomian bagi negara, oleh karena itu UMKM dituntut agar dapat melakukan manajemen yang bagus.

Salah satu UMKM yang terletak di Jakarta bernama “Monday to Friday” sampai saat ini masih menggunakan cara yang kurang efektif dalam proses bisnisnya. UMKM ini menjual produk berupa pakaian wanita yang pihak UMKM desain sendiri. Proses pemesanan yang

dilakukan, yaitu pembeli mendatangi lokasi UMKM dan membeli barang yang mereka inginkan. Namun cara ini kurang efektif, mengingat perubahan perilaku masyarakat ekonomi yang lebih memilih sistem *online* dibanding sistem manual membuat jangkauan pemasaran UMKM “Monday to Friday” terbatas, yang mana hal ini mengakibatkan penjualan menurun. Penurunan penjualan ini diakibatkan oleh pihak UMKM yang masih belum menggunakan teknologi pada proses bisnisnya. Selain itu, pihak UMKM juga merasa tidak efektif dalam mendata jumlah pemasukan tiap minggunya karena masih menggunakan buku yang mana hal ini memiliki risiko kesalahan atau kehilangan data.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk merancang bangun sebuah sistem informasi *e-commerce* berbasis *website* untuk dapat memperluas jangkauan pemasaran dan membantu proses bisnis lebih efektif dan efisien untuk UMKM “Monday to Friday”. Diharapkan dengan adanya sistem informasi ini dapat memperluas pemasaran, meningkatkan penjualan, serta mempermudah transaksi dan pendaatan bagi pihak UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang, maka penulis dapat merumuskan masalah yang ada yakni:

- 1) Bagaimana cara untuk merancang *website e-commerce* untuk memperluas pemasaran UMKM “Monday to Friday”?
- 2) Bagaimana cara untuk mendigitalisasikan proses bisnis yang sudah ada untuk mempermudah dan mengontrol transaksi penjualan UMKM “Monday to Friday”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah disebutkan sebelumnya, tujuan yang akan dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Merancang *website e-commerce* untuk UMKM “Monday to Friday”

- 2) Mendigitalisasikan proses bisnis yang sudah ada pada UMKM “Monday to Friday” menggunakan *website e-commerce*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

Bagi Akademis

- 1) Menambah referensi dalam perancangan *website e-commerce* menggunakan metode *agile*

Bagi Organisasi

- 1) Mempermudah UMKM “Monday to Friday” dalam memperluas pemasaran produknya
- 2) Mendigitalisasikan proses bisnis yang sudah ada pada UMKM “Monday to Friday”

1.5 Batasan Masalah

Adapun penulis menetapkan beberapa batasan masalah agar pembahasan dari penelitian ini sesuai dengan pokok permasalahan:

- 1) Sistem informasi yang dirancang merupakan *e-commerce* berbasis *website*
- 2) Perancangan *website e-commerce* berfokus pada pemasaran produk dan proses transaksi secara *online*

1.6 Luaran Penelitian

Luaran dari penelitian berupa *website e-commerce* yang dapat membantu proses bisnis dan transaksi penjualan menjadi lebih efektif dan efisien serta diharapkan dapat membantu memperluas pemasaran UMKM “Monday to Friday”