

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang dilakukan secara garis besar.

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan pada era globalisasi membuat persaingan bisnis semakin ketat dan tajam. Persaingan ini dipicu dengan adanya teknologi-teknologi yang semakin canggih yang dapat digunakan dalam mengelola bisnis. Salah satu teknologi yang harus dikuasai oleh perusahaan dalam mengelola bisnisnya adalah teknologi informasi. Teknologi informasi sangat berpengaruh besar untuk perusahaan dalam meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya atas produk yang dijual. Teknologi informasi dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan pemasaran bahkan penjualan secara *online* menggunakan internet sehingga produk dapat dijual dan dibeli secara cepat oleh pelanggan. Perlunya teknologi informasi tersebut tidak hanya pada tingkat perusahaan namun, juga diperuntukan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor yang berperan penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional yang disebutkan dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2000 tentang tujuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Secara umum ciri-ciri Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah manajemen berdiri sendiri, modal disediakan sendiri, daerah pemasarannya lokal, aset perusahaannya kecil dan jumlah karyawan yang terbatas. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga berperan penting dalam meningkatkan sektor pendapatan suatu daerah. Salah satu daerah yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan menjual jajanan khas asli daerah tersebut adalah Kabupaten Tulungagung.

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur pada tahun 2017, jumlah UMKM yang ada di Tulungagung adalah sebesar 181.409. Kabupaten Tulungagung terkenal dengan beberapa jajanan khas atau oleh-oleh khas yang berasal dari daerah tersebut yang cukup digemari oleh masyarakat. Jenis jajanan khas tersebut adalah

jajanan seperti kue, makanan siap jadi, minuman, dan makanan kering atau *snack*. Potensi yang dimiliki oleh jajanan khas Tulungagung cukup besar karena produk-produk yang memiliki cita rasa khas dan cukup diminati oleh masyarakat. Salah satunya adalah ayam lodho yang merupakan makanan siap jadi yang menjadi salah satu jajanan khas andal yang dimiliki oleh Tulungagung. Bukan hanya populer di daerah Tulungagung masakan ini juga sudah digemari dan banyak dicari di luar daerah Tulungagung. Rasa yang nikmat serta bumbu-bumbu alami yang digunakan menjadikan masakan ini cocok di lidah masyarakat secara umum. Dengan demikian potensi jajanan khas Tulungagung yang lain seperti kue dan makanan kering juga seharusnya dapat dikenal dan dikembangkan bukan hanya di daerah Tulungagung.

Rambak Tulungagung adalah salah satu makanan kering yang merupakan jajanan khas Tulungagung yang terbuat dari kulit sapi dan kulih kerbau. Rambak adalah jajanan yang sudah cukup terkenal di masyarakat sehingga perlu dikembangkan dengan jajanan lain agar dapat mengangkat potensi jajanan lain. Rambak sudah dikenal oleh masyarakat secara umum karena rasanya yang gurih dan nikmat. Salah satu produsen rambak Tulungagung adalah UMKM Pak Djarwo. Harga dari krupuk rambak yang dihasilkan oleh rambak Pak Djarwo bermacam-macam dari Rp. 15.000,00 hingga Rp. 150.000,00 bergantung pada ukuran produk. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh rambak Pak Djarwo untuk mengenalkan produknya adalah dengan mempromosikan melalui pemeran-pemeran makanan dan melalui media sosial *facebook*. Segementasi dari rambak Pak Djarwo ditujukan pada semua kalangan masyarakat dari berbagai tingkat usia. Lebih khususnya ditujukan kepada orang-orang penggemar cemilan atau makanan ringan pada kalangan ekonomi atas hingga bawah. Dari segi produk rambak Pak Djarwo menawarkan keunggulan dari segi rasa dan segi kualitas bahan kulit yang digunakan. Penjualan rata-rata untuk untuk UMKM rambak Pak Djarwo adalah sebesar 279 kg untuk rambak sapi dengan target 350 kg setiap bulan. Sedangkan untuk rata-rata penjualan rambak kerbau adalah 383 kg dengan target 500 kg setiap bulan.

Jajanan khas Tulungagung lainnya yang termasuk pada jenis kue adalah roti pisang. Jajanan ini adalah inovasi baru untuk produk khas Tulungagung sehingga perlu dikembangkan agar dapat lebih dikenal. Salah satu produsen roti pisang yang relatif cukup baru berdiri adalah roti pisang Kereta Api. Kereta Api menjual produk roti pisang dengan beberapa varian rasa yaitu *original*, *marmer bite*, *cheese*, dan *MIX* dengan harga Rp. 25.000,00 hingga Rp. 30.000,00. Strategi pemasaran dari kereta api untuk mengenalkan produknya hanya mengandalkan Instagram saja. Sementara segmenatasi yang ditujukan

yaitu pada semua kalangan masyarakat dari berbagai tingkat usia. Lebih khususnya ditujukan kepada orang-orang penggemar kue-kue kekinian pada kalangan ekonomi menengah keatas. Dari segi produk, Kereta Api menawarkan keunggulan dari kualitas bahan pisang yang digunakan serta tanpa penggunaan bahan pengawet. Penjualan rata-rata UMKM Kereta Api adalah sebesar 1000 pcs setiap bulan dengan target sebesar 3000 pcs setiap bulannya.

Jajanan khas Tulungagung selanjutnya adalah krupuk gadung. Jajanan ini sudah ada begitu lama di Tulungagung akan tetapi masih belum dikenal oleh masyarakat luar daerah padahal potensi dari jajanan ini memiliki rasa yang enak. Krupuk gadung adalah salah satu jajanan khas yang terbuat dari bahan singkong beracun yang dapat menyebabkan pusing dan mual jika diolah dengan tidak benar. Salah satu produsen pembuat krupuk gadung di Tulungagung adalah krupuk gadung “Mangga” oleh ibu Sri Endang Ambarwati. Krupuk gadung “Mangga” hanya mengandalkan pelanggan-pelanggan yang sudah dikenal dengan melakukan pemasaran hanya dari mulut kemulut. Segementasi dari krupuk gadung ibu Sri Endang Ambarwati ditujukan pada semua kalangan masyarakat dari berbagai tingkat usia. Lebih khususnya ditujukan kepada orang-orang penggemar cemilan atau makanan ringan pada kalangan ekonomi atas hingga bawah. Dari segi produk, krupuk gadung ibu Sri Endang Ambarwati menawarkan keunggulan dari segi rasa dan segi kualitas.

Penjualan jajanan khas Tulungagung terdiri dari 2 transaksi pembelian. Transaksi yang pertama adalah dengan datang ke toko–toko yang menjual produk tersebut sehingga bagi pelanggan yang berasal dari luar kota susah untuk melakukan pembelian dikarenakan jarak yang ditempuh cukup jauh. Transaksi yang kedua adalah dengan melakukan pemesanan terhadap produk yang ingin dibeli dengan langsung menghubungi dengan telepon pada toko–toko yang memproduksi produk tersebut. Kemudian pembeli melakukan pembayaran atas produk yang dipesan. Pemesanan yang dilakukan melalui telepon tersebut memiliki keterbatasan informasi terkait produk yang akan dipesan. Informasi tentang ketersediaan produk pada setiap produk juga masih tidak diketahui sehingga pembeli juga akan merasa kecewa jika produk yang ingin dipesan tidak tersedia. Keadaan tersebut menyulitkan pelanggan sebagai calon pembeli dan menyulitkan penjual untuk dapat memasarkan produk mereka. Selama ini produk jajanan khas Tulungagung secara umum masih belum dikenal oleh banyak orang diluar kota Tulungagung karena kurangnya promosi dan pemasaran yang terbatas pada media sosial sehingga penjualan produk hanya mengandalkan cara yang tradisional yang menyulitkan UMKM dapat berkembang. Dengan melihat keadaan tersebut agar pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi yang lebih

efektif, efisien, dan cepat maka diperlukan metode perbaikan yaitu menggunakan *E-Commerce*.

Menurut Quayle (2002), *E-Commerce* didefinisikan sebagai berbagai bentuk pertukaran data elektronik atau *Electronic Data Interchange* (EDI) yang melibatkan penjual dan pembeli melalui perangkat *mobile*, *E-Mail*, perangkat terhubung *mobile*, didalam jaringan internet dan intranet. Dengan menggunakan *E-Commerce* pelaku bisnis seperti memiliki toko *online* yang dapat dikunjungi pelanggan dari mana saja. Didalam toko online tersebut pelanggan juga dapat membandingkan produk sejenis dan mengetahui informasi terkait harga, *stock* tersedia maupun informasi lain. Dengan menggunakan *website* dan internet, *E-Commerce* dapat dibuat oleh pelaku bisnis untuk membuat toko *online* dan melakukan transaksi dengan cepat dan mudah. Salah satu perangkat pendukung untuk membuat *website E-Commerce* adalah *Wordpress*.

*Wordpress* merupakan sebuah aplikasi sumber terbuka (*open source*) yang sangat populer digunakan sebagai mesin blog (*blog engine*). *Wordpress* dibangun dengan Bahasa pemrograman PHP dan basis data (*database*) *MySQL*. PHP dan *MySQL* keduanya merupakan perangkat lunak sumber terbuka (*open source software*). Keunggulan *wordpress* adalah pada tingkat kemudahan yang diberikan dan kemampuannya yang dapat dimodifikasi sesuai dengan keinginan dari pengguna. Ada beberapa fitur didalam *wordpress* salah satunya adalah *plugins Woocommerce*. *Woocommerce* adalah salah satu *plugins* didalam *wordpress* yang dapat membuat atau mengubah *wordpress* menjadi toko *online*.

Dari uraian diatas maka diperlukan sebuah perancangan *Website E-Commerce* sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan produk jajanan khas daerah Tulungagung dengan menggunakan *Wordpress*. Sistem *Website E-Commerce* dibuat adalah dengan menggunakan jenis *E-Commerce consumer to consumer* (C2C). *Website* akan menjadi *platform online* penyedia transaksi yang menaungi antara UMKM jajanan khas Tulungagung dengan konsumen yang dapat diakses melalui laptop, komputer dan *smartphone*. UMKM terdaftar akan menjadi *user* yang mendapatkan *username* dan *password* sehingga dapat masuk ke *website* dan dapat bebas melakukan penjualan dan pemasaran produk. Sementara *admin* akan mengelola terkait *database* website, desain dan *user* yang ada pada *Website*. *Website* akan berisikan tentang informasi produk secara lengkap dan UMKM yang menjual produk tersebut. Selain itu *website* juga akan memberikan fitur transaksi pembelian secara online yang mudah dan cepat sehingga transaksi pembelian tidak dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari latar belakang yang ada pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Kurangnya pemasaran untuk setiap informasi produk jajanan khas daerah Tulungagung di luar daerah Tulungagung sehingga produk kurang terkenal di luar daerah.
2. Proses transaksi masih kurang optimal yang terbatas pada jarak, tempat, dan waktu sehingga menyulitkan pelanggan untuk melakukan pembelian terkait produk yang mereka inginkan.
3. Adanya potensi yang cukup besar untuk pengembangan jajanan khas Tulungagung.
4. Perlunya perbaikan transaksi dengan memanfaatkan *E-Commerce* agar pembelian mudah dan cepat.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas adalah:

1. Apa saja kebutuhan yang terkait dengan perancangan *website E-Commerce* untuk jajanan khas daerah Tulungagung?
2. Bagaimana *prototype website E-Commerce* jajanan khas Tulungagung yang membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk jajanan khas Tulungagung?
3. Bagaimana solusi yang diberikan sistem *website E-Commerce* untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk jajanan khas Tulungagung?

## 1.4 Pembatasan Masalah

Agar penelitian dapat sesuai dengan kemampuan dan hasil penelitian dapat terarah, terfokus, dan tidak menyimpang maka diperlukan batasan – batasan sebagai berikut.

1. Pembuatan *Website E-Commerce* untuk jajanan khas daerah Tulungagung hanya sebatas level *prototype*.
2. Tidak melibatkan perhitungan biaya dalam perancangan *Website E-Commerce*.
3. *Website E-Commerce* hanya memasukan 3 UMKM jajanan khas Kabupaten Tulungagung yaitu rambak Pak Djarwo, Roti Pisang Kereta Api, dan Krupuk Gadung “Mangga”.

## 1.5 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kebutuhan yang terkait dengan perancangan *Website E-Commerce* untuk jajanan khas daerah Tulungagung.
2. Membuat sebuah *prototype website E-Commerce* jajanan khas Tulungagung yang membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk jajanan khas Tulungagung.
3. Membandingkan sistem *website E-Commerce* yang baru dengan masalah sistem lama berdasarkan analisis PIECES.

## **1.6 Manfaat**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memudahkan UMKM jajanan khas tulungagung dalam melakukan transaksi secara cepat dan mudah.
2. Meningkatkan pemasaran produk jajanan khas Tulungagung agar dapat lebih terkenal diluar daerah.