

BAB I PENDAHULUAN

Dalam melaksanakan penelitian diperlukan hal-hal penting yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaannya. Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan.

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis sekarang ini terus bersaing untuk menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, dan semakin cerdas dalam memilih kebutuhannya. Mulai dari kalangan menengah sampai kalangan atas selalu menuntut kualitas yang terbaik dan harga yang ekonomis. Perkembangan pesat teknologi informasi, komunikasi, maupun proses pabrikasi mengakibatkan pendeknya siklus hidup produk. Oleh karena itu setiap perusahaan akan berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, mudah, dan terus menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru untuk tetap dapat unggul dan bertahan di pasar. Selain produktivitas dan efisiensi yang perlu ditingkatkan, perusahaan juga harus memahami dan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

Pada era ini, *Information Technology (IT)* mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam dunia ekonomi khususnya dalam hal pemasaran. Proses jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan IT melalui internet, sering disebut dengan *E-commerce* (Electronic Commerce). *E-commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet, dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*” (Afrina dan Robert, 2008). *E-commerce* merupakan salah satu perkembangan di bidang IT yang dapat digunakan untuk mempermudah pemasaran produk kepada konsumen. *E-commerce* merupakan cara yang efektif untuk memasarkan produk di tengah persaingan global saat ini, yang menuntut para pelaku usaha memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen mulai dari informasi produk atau informasi tentang toko itu sendiri. Sehingga membuat para pelaku usaha mau tidak mau harus menerapkan IT dalam setiap proses bisnisnya (Yuan Gao, 2005).

Penggunaan *e-commerce* tidak hanya memudahkan konsumen saja tapi juga pemilik toko, misalnya biaya operasional yang relatif lebih murah, kemudahan untuk melakukan

manajemen barang yang diperdagangkan, toko akan lebih dikenal oleh masyarakat luas karena dapat diakses oleh jutaan manusia dan juga membantu dalam penyusunan laporan yang diperlukan. Terdapat pula kemudahan dari sisi konsumen seperti, hanya dengan dari rumah atau dimana pun berada, pembeli dapat melihat produk-produk pada layar komputer, mengakses informasinya, memesan dan membayar dengan pilihan yang tersedia. *E-commerce* peranannya sangat penting dikalangan dunia bisnis berbasis internet, hal ini karena *e-commerce* dapat membantu perusahaan untuk berjualan produk 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu, ini dikarenakan *e-commerce* mampu diakses oleh *anyone, anywhere, anytime* serta proses transaksi antara penjual dan pembeli dapat menjadi lebih efisien, dengan kecepatan, jangkauan dan kemudahan yang diberikan dalam layanan *e-commerce*, yang tentunya dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini dikarenakan UKM berperan sangat vital dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan. UKM cukup fleksibel sehingga dapat dengan mudah mengikuti pasang surut dan arah permintaan pasar. Dalam krisis ekonomi global yang terjadi saat ini, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, sektor UKM masih mampu bertahan dan terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Prasetyo, 2012).

UD. La Tanza, salah satu UKM yang mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi global. UD. La Tanza awalnya adalah perusahaan *home industry* yang telah beroperasi sejak tahun 2010 yang terus berkembang hingga saat ini menjadi UD. La Tanza, yang dikelola oleh beberapa anggota keluarga. UD. La Tanza menjual dan memproduksi produk-produk makanan dan minuman khas Malang, berbagai macam jenis olahan makanan seperti kripik buah, umbi-umbian, jamur dan bahan makanan seperti beras merah. Harga produk pun beragam, tergantung jenis bahan baku olahan dan tingkat kesulitan pembuatannya.

Masalah yang sedang dihadapi UD. La Tanza saat ini yaitu penjualan yang dilakukan UD. La Tanza saat ini masih bersifat konvensional serta belum adanya pengenalan produk-produk atau metode pemasaran, dimana proses jual-beli masih dilakukan dengan cara tatap muka langsung. Serta sebagai pemasok dari beberapa toko di daerah Malang yang semuanya masih dilakukan secara manual menggunakan kertas brosur, mulut ke mulut dan ikut serta ketika ada *event* pameran nasional maupun daerah.

Dengan melihat peranan dari UD. La Tanza dalam menghasilkan produk unggulan UKM khususnya di daerah Malang dan juga pernah mewakili Kabupaten Malang dalam rangka mengenalkan produk-produk unggulan UKM Kabupaten Malang di tingkat daerah hingga nasional, sistem pemasaran saat ini sangat tidak efektif, bukan hanya karena terbatas oleh waktu tetapi juga tidak efisien dalam hal biaya, karena pemasaran seperti ini juga membuat konsumen kurang jelas dalam mengetahui informasi produk-produk UD. La Tanza, sehingga akan memberikan pengaruh buruk yaitu, kurangnya minat konsumen yang disebabkan kesulitan dalam membeli produk-produk UD. La Tanza. Permasalahan lain yang di hadapi kurangnya kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya teknologi dalam mendukung proses bisnis suatu usaha.

Sebagai metode alternatif, diusulkan penggunaan media internet dengan membuat sistem jual beli online (*e-commerce*). Tujuan menggunakan media internet juga agar dapat membantu dalam memberikan pengenalan barang secara tepat yang tidak memandang ruang dan waktu. Hal ini merupakan bagian dari strategi pemasaran yang banyak dipakai di zaman modern karena dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini dianggap memiliki peran penting dalam persaingan di dunia bisnis dan memiliki jangkauan pangsa pasar yang luas, dan para calon konsumen maupun *customer* dapat mengakses informasi produk UD. La Tanza dimanapun dan kapanpun, serta pelanggan tidak harus datang secara langsung ke lokasi UD. La Tanza. Maka dari itu, diperlukan adanya sebuah inovasi baru untuk sarana media informasi dan bertransaksi dengan konsumen. Selain itu, penggunaan toko yang masih bekerja sama dengan koperasi daerah kecamatan Dau sehingga adanya timbal balik dalam hal pembagian hasil dan menyebabkan penjual tidak memiliki hak kepemilikan toko secara penuh, hal tersebut juga menjadi alasan dibutuhkannya sebuah sistem penjualan *online* untuk menjadi solusi alternatif agar proses jual beli di UD. kripik buah La Tanza bisa berjalan secara maksimal dan pihak UD. La Tanza dapat mempunyai alternatif sarana jual beli melalui media internet yaitu dengan membuat sistem penjualan toko *online* (*online store*).

Mengacu pada latar belakang di atas, diharapkan mampu membantu UD La Tanza dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Maka dapat diusulkan untuk diterapkan suatu sistem penjualan *online* yang memiliki fungsi-fungsi pendukung penjualan. Dengan adanya pemanfaatan teknologi, diharapkan dapat membantu pemilik UD. La Tanza dalam upaya meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Sehingga permasalahan yang di hadapi sebelumnya bisa terselesaikan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran UD. La Tanza masih manual, yaitu menggunakan kertas berupa brosur dan terbatas pada pameran sehingga pemasaran hanya bersifat lokal.
2. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya pemanfaatan teknologi dalam proses bisnis.
3. Data produk (jenis produk, jumlah produk, harga produk, dll) serta data penjualan (transaksi, jumlah barang yang laku, dll) masih berupa kertas.
4. Belum memanfaatkan sitem *e-commerce* dan pemasaran berbasis internet.

1.3 Perumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi dan membatasi masalah maka bentuk rumusan masalah, yaitu: “Bagaimana merancang, membangun, dan menguji coba sistem informasi pemasaran berbasis internet untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk UD. La Tanza menggunakan CMS *Opencart* ?”

1.4 Batasan masalah

Mengingat terbatasnya waktu, biaya, tenaga dan level penelitian (S1) maka masalah diatas perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Tidak membahas secara detail tentang transaksi bank yang terjadi dan data yang diolah hanya data barang dan data Pengguna Sistem Informasi (pengguna transaksi secara *online*)
2. *Website e-commerce* yang di buat hanya sebatas *prototype* .
3. Tidak membahas sistem keamanan transaksi secara mendetail.
4. Permasalahan biaya hanya sebatas harga produk yang ditampilkan di *interface* sebagai gambaran umum proses transaksi jual beli, tidak mengarah ke sistem akuntansi atau analisis biaya.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka tujuan yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang suatu sistem *database* dan *website* untuk penjualan *online* yang dapat mengelola data pemesanan produk bagi UD. La Tanza dengan menggunakan CMS

Opencart sehingga mampu menjadi sebuah sarana jual beli dan promosi yang baik untuk UD. La Tanza.

2. Membuat suatu sistem penjualan *online* bagi UD. La Tanza, dengan menggunakan CMS *Opencart* yang dapat mengelola data produk agar dapat memperluas jangkauan penjualan.
3. Menguji prototype sistem penjualan *online* bagi UD. La Tanza sesuai dengan kebutuhan pemilik UD. La Tanza.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi akademik
Merupakan sumbangan pemikiran ilmiah dengan cara mengintegrasikan konsep *database*, pemasaran dan produk UD. La Tanza yang dikemas dalam bentuk aplikasi *system E-commerce*.
2. Dari sisi aplikatif
 - a. Sebagai solusi alternatif sistem pemasaran yang lebih baik bagi UD. La Tanza agar bisa menjangkau pangsa pasar yang lebih luas tanpa terbatas ruang dan waktu sebagai upaya meningkatkan penjualan.
 - b. Mampu menjadi sebuah sarana jual beli dan promosi yang baik untuk UD. La Tanza.
 - c. Memberikan kemudahan pada UD. La Tanza dalam pengelolaan data barang.