

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-commerce merupakan salah satu teknologi informasi yang pada umumnya menggunakan internet dan untuk mempermudah proses transaksi pembelian dan penjualan antara pembeli dan penjual. Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan *e-commerce* khususnya di Indonesia sangatlah pesat dimana hampir 1.500 *startup* pada tahun 2018, mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia berdasarkan *survey* asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia pada tahun 2018 sekitar 143,26 juta jiwa dengan presentase 54,7% dari jumlah populasi masyarakat di Indonesia. Hal tersebut menjadi pemicu bagi usaha skala kecil maupun besar untuk berlomba-lomba menggunakan dan membangun *e-commerce*, tidak hanya sebagai media transaksi akan tetapi sebagai media untuk melibatkan konsumen, melibatkan dalam perkembangan usaha atau promosi. Pada saat ini, *e-commerce* di klasifikasikan dalam 3 jenis, salah satunya adalah *E-marketplace* yang merupakan teknologi *object* untuk mengumpulkan banyak penjual dalam satu platform yang dikelola oleh pihak ketiga. Dalam penggunaan *E-marketplace* bagi penjual yaitu mampu berikan peluang dalam melakukan promosi dan transaksi produk yang mampu menjangkau lebih luas [1].

Marketplace merupakan media *object* berbasis *website* yang digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari *supplier* sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai dengan harga pasar. Perkembangan *E-marketplace* saat ini memberikan peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasarnya. UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan secara konvensional kini dapat memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi, komunikasi dengan pelanggan, hingga transaksi secara langsung. Digitalisasi ini menjadi salah satu langkah strategis dalam memperkuat daya saing UMKM ditengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aktivitas usaha yang didirikan oleh masyarakat, baik berbentuk usaha perorangan maupun badan

usaha [2]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu kekuatan ekonomi nasional yang berperan cukup besar dalam memperluas kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Keberadaan UMKM semakin terasa dalam proses pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Contohnya pada tahun 2020 UMKM memiliki kontribusi terhadap PDB sekitar 61,69% dari total PDB nasional [3]. Salah satu kinerja UMKM yang baik ditunjukkan oleh laju pertumbuhan PDB yang tinggi [4].

Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan Konsep pemasaran berbasis teknologi memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Sistem informasi yang membahas soal pembelian dan penjualan UMKM sangatlah jarang, terutama sistem pembelian penjualan produk di daerah pedesaan. Kelurahan Kepanjenlor merupakan salah satu kelurahan yang terletak di tengah kota Blitar, sehingga menjadi tempat yang strategis untuk mengembangkan UMKM. Mayoritas semua warganya mempunyai usaha yang bermacam-macam, seperti usaha kuliner (makanan dan minuman khas), produk kerajinan tangan, jasa laundry, produksi pakaian, serta usaha kecil lainnya. Meski demikian, banyak UMKM di Kelurahan Kepanjenlor belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Selain keterbatasan akses terhadap teknologi, sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Kepanjenlor juga belum memiliki literasi digital yang memadai. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan dalam mengelola akun object, membuat konten promosi, maupun memahami tren pasar digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM “N-Thez”, diketahui bahwa promosi usaha masih mengandalkan dari mulut ke mulut dan belum memiliki akun media sosial maupun platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Pemilik usaha, Ibu Rina, mengungkapkan bahwa penjualan stagnan selama tiga bulan terakhir karena keterbatasan promosi dan tidak adanya sistem penjualan online. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan media digital seperti *E-marketplace* yang dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. *E-marketplace* memungkinkan pembeli dan penjual bertransaksi lebih cepat dan transparan, mengurangi ketergantungan pada metode konvensional dengan

mendigitalisasi pemasaran UMKM, pendapatan masyarakat dapat meningkat, sekaligus mendorong pertumbuhan di tingkat daerah. Kehadiran *E-marketplace* memberi peluang UMKM bersaing di pasar digital, baik lokal maupun nasional. Pada uraian di atas akan memuat sistem informasi pembelian dan penjualan yang dapat digunakan oleh pihak yang menjadi tempat atau wadah untuk membantu warga kelurahan Kepanjenlor dalam menyebar luaskan Informasi UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar [5].

Pada penelitian yang dilakukan oleh, Iin Sofiani dalam sebuah artikel yang berjudul "Rancangan Bangun Aplikasi *E-marketplace* Hasil Pertanian Berbasis *Website* dengan Menggunakan *Framework Condeigniter*", berdasarkan hasil uji coba pada pihak pengguna di dapatkan hasil kuisioner dalam segi kemudahan yaitu 61,71%, segi pemakaian 82,57%, dan segi kenyamanan 83,30%. Dari hasil uji coba tersebut di simpulkan bahwa dengan intepretasi sangat baik, aplikasi dapat di terapkan dan lebih memudahkan masyarakat untuk melakukan proses jual beli pertanian [5] dan penelitian yang dilakukan oleh Rafi Nuril Zhafran yang berjudul "Rancangan Bangun Aplikasi *E-marketplace Pet Care* Berbasis *Web* Menggunakan Metode *Waterfall*", hasil pengujian dari *blackbox* menunjukkan bahwa aplikasi berhasil memenuhi semua aspek uji valid, baik dari sisi penyedia jasa maupun pelanggan. Pengujian dilakukan dengan berbagai skenario penggunaan yang mencakup semua fungsi utama, seperti pencarian layanan, pemesanan, pengolahan pesanan, dan management profil. Serta desain aplikasi ini juga mempertimbangkan pengalaman pengguna dengan navigasi yang intuitif dan desain minimalis [6]

Oleh sebab itu pada tugas akhir ini permasalahan tersebut mendorong untuk merancang dan mengimplementasikan suatu sistem informasi berbasis *web* dalam bentuk *E-marketplace* yang dapat diterapkan di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar. Penelitian ini menggunakan metode *Agile* yang menekankan pada kepuasan pengguna melalui pengembangan sistem yang adaptif dan iteratif. Penelitian ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi dengan judul "Rancang Bangun Aplikasi *E-marketplace* UMKM Berbasis *Web* Menggunakan Metode *Agile* (Studi Kasus : Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar)". Dengan adanya sistem ini dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong

pertumbuhan ekonomi masyarakat yang ada di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, berikut merupakan masalah yang akan diselesaikan dalam skripsi ini yaitu “Bagaimana merancang dan membangun *E-marketplace* untuk UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang sesuai dengan perumusan masalah tersebut Adalah sebagai berikut:

1. Data UMKM yang ditampilkan dalam sistem dibatasi pada pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar.
2. Sistem yang dikembangkan memfasilitasi penjualan produk makanan khusus bagi warga yang berdomisili di Kota Blitar sesuai dengan alamat yang terverifikasi dalam sistem. Untuk produk non-makanan, aplikasi dapat digunakan oleh pengguna dari luar Kota Blitar.
3. Sistem tidak terintegrasi dengan layanan pihak kurir ketiga. Pengiriman hanya ditampilkan sebagai status manual oleh Admin UMKM.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan membangun *E-marketplace* untuk UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di antaranya, yaitu:

1. Memberikan sarana digital berupa aplikasi *E-marketplace* yang dapat digunakan pelaku UMKM di Kelurahan Kepanjenlor untuk mempromosikan dan menawarkan produk secara lebih luas.
2. Sebagai media promosi dan wadah produk UMKM secara terpusat, efektif, dan mudah diakses melalui platform berbasis *web*.