

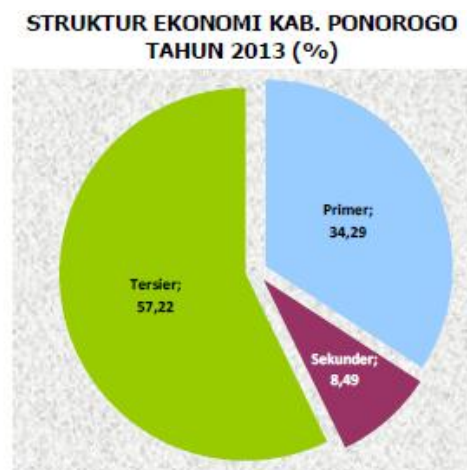
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Electronic Market (e-market) merupakan salah satu cara dalam memasarkan hasil atau produk berbasis teknologi informasi dan komunikasi, dengan *e-market* dapat memperpendek mata rantai bisnis serta memperluas akses informasi dan pasar. Menurut Kotler (2004:74) *e-market* adalah sisi pemasaran dari *e-commerce*, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

Kabupaten Ponorogo mempunyai luas wilayah 1.371,78 km² dengan memiliki keanekaragaman budaya dan potensi perekonomian yang sangat baik. Hal ini menyebabkan munculnya banyak usaha kecil menengah (UKM) yang tersebar di daerah kota Ponorogo. Berikut merupakan Struktur Ekonomi Kabupaten Ponorogo :



Sumber: BPS Kabupaten Ponorogo

Gambar 1.1 Struktur Ekonomi Kab. Ponorogo Tahun 2013

Tabel 1.1 Struktur Ekonomi Kab. Ponorogo Tahun 2009-2013

**STRUKTUR EKONOMI KABUPATEN PONOROGO
TAHUN 2009 - 2013
(%)**

SEKTOR/SUB SEKTOR (1)	2009 (3)	2010 (4)	2011 (5)	2012 (6)	2013 (6)
Sektor Primer	38.27	37.64	36.46	35.70	34.29
1. Pertanian	36.25	35.73	34.55	33.84	32.48
2. Pertambangan & Penggalian	2.02	1.91	1.91	1.86	1.81
Sektor Sekunder	8.52	8.49	8.49	8.46	8.49
3. Industri Pengolahan	4.89	5.02	4.96	4.92	4.88
4. Listrik, Gas, & Air Bersih	1.45	1.38	1.32	1.25	1.22
5. Bangunan	2.18	2.09	2.21	2.29	2.39
Sektor Tersier	53.23	53.87	55.06	55.84	57.22
6. Perdagangan, Hotel, & Restoran	27.38	27.71	28.68	29.42	30.95
7. Angkutan & Komunikasi	4.96	5.23	5.43	5.45	5.51
8. Keuangan, Persewaan & Jasa Perusahaan	6.84	7.24	7.38	7.51	7.67
9. Jasa-jasa	14.05	13.69	13.57	13.46	13.09

Sumber: BPS Kabupaten Ponorogo

Peranan sektor primer di Kabupaten Ponorogo dalam kurun waktu lima tahun terakhir menunjukkan tren yang menurun. Perubahan struktur ekonomi ini biasa terjadi pada suatu proses pembangunan ekonomi jangka panjang, yaitu bahwa semakin tinggi pendapatan per kapita, semakin kecil peran dari sektor primer dan semakin besar peran sektor sekunder dan tersier. Namun demikian peran sektor pertanian sebagai pemasok bahan baku bagi sektor industri dan sektor ekonomi lainnya harus tetap menjadi perhatian agar produktivitas di sektor ini dapat ditingkatkan.

Sedangkan peranan sektor sekunder, utamanya industri pengolahan dan listrik, gas dan air bersih cenderung menurun meski pada tahun 2013 menunjukkan peran meningkat. Hal ini disebabkan karena tingkat pertumbuhannya kalah cepat dibanding sektor tersier.

Sektor ketiga yang membentuk struktur ekonomi Kabupaten Ponorogo adalah sektor tersier, seperti pada Tabel 1.1, ditunjukkan bahwa selama kurun waktu 5 (lima) tahun menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan peranan yaitu 53,23 persen (2009); 53,87 persen (2010); 55,06 persen (2011); 55,84 persen (2012) dan 57,22 persen (2013). Peningkatan peran ini utamanya didukung oleh pesatnya perkembangan sektor perdagangan, hotel dan restoran yang berimbas pada pertumbuhan sektor tersier lainnya seperti angkutan dan keuangan. Selain itu perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat juga berperan besar di dalam meningkatkan nilai tambah pada sektor tersier.

Dilihat dari struktur ekonomi Kabupaten Ponorogo yang didominasi oleh sektor tersier, strategi pemasaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi dengan mengedepankan etika dan estetika, merupakan sarana efektif dan efisien. Efektif karena jangkauan yang tak terbatas dan dapat menyajikan secara utuh didukung dengan visualisasi yang bagus, efisien karena biaya yang murah untuk melakukan publikasi. Sehingga semua sektor usaha terutama yang telah *go publik* dan *go internasional* memanfaatkan media berbasis teknologi informasi ini sebagai media promosi, pencitraan dan penyajian profil.

Kerajinan dan oleh – oleh khas Kabupaten Ponorogo merupakan produk yang mempunyai pasar luas dan jelas, sudah saatnya media berbasis teknologi informasi dan komunikasi ini dikedepankan, disiapkan, dipelajari dan dilakukan pendampingan secara utuh dan berkesinambungan pada kegiatan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berada di Kabupaten

Ponorogo. Dan selama ini para mitra UKM yang ada di Ponorogo hanya memasarkan hasil produknya secara tradisional, selain itu juga hanya mengandalkan para wisatawan yang berkunjung ke Ponorogo saat ada kegiatan yang terkait dengan kesenian reog Ponorogo. Hal ini berdampak pada omset penjualan para mitra UKM yang bisa dikatakan dalam siklus penjualan musiman.

Adapun siklus penjualan oleh – oleh khas Ponorogo terbagi dalam beberapa kondisi. Kondisi penjualan ramai terjadi pada bulan Muharram. Pada bulan Syawal kondisi penjualan berada di level menengah. Selain bulan – bulan tersebut para mitra UKM mengalami sepi pesanan, sehingga omset penjualan menurun drastis. Jika siklus penjualan tersebut tetap berlangsung, besar kemungkinan para UKM yang ada di Ponorogo mengalami kerugian dalam usahanya. Mereka lebih memilih untuk berpindah usaha yang lebih menguntungkan. Hal ini berdampak pada eksistensi kearifan budaya lokal. Jika hal itu terus berlanjut kelestarian budaya lokal dapat mengalami kepunahan.

Para pelaku UKM tersebut sangat menginginkan pemasarannya meluas ke daerah-daerah lain, tetapi karena terkendala dana untuk promosi maka keinginan tersebut belum dapat terwujud sampai saat ini. Jika pemasaran produk dapat meluas maka akan dapat meningkatkan daya beli sehingga otomatis produksi meningkat dan hal ini akan membawa kesejahteraan masyarakat pelaku UKM tersebut.

Maka dibutuhkan sistem yang dapat memberikan kemudahan dari para mitra UKM untuk memasarkan produknya. *E-market* reog merupakan sistem

penjualan berbasis *web*. Sistem ini dibuat berdasarkan dari permasalahan para mitra UKM yang ada di Ponorogo. Desain sistem dibuat sedemikian rupa agar dari para mitra dan pembeli dapat dengan mudah menggunakannya.

Demikian juga berkenaan dengan mitra kami yaitu *handicraft* reog Ponorogo (Kerajinan Pak Sarju) di Kecamatan Sumoroto, Kabupaten Ponorogo memiliki *output* produksi setiap harinya 150 unit, Mitra Jenang Mirah Kecamatan Jetis Ponorogo dengan *output* Jenang 20 kg setiap hari kemudian sate ayam khas Ponorogo dan Dawet Jabung di Kecamatan Mlarak. Dari beberapa mitra ini dapat memanfaatkan sistem *e-market* untuk memudahkan dalam pemasaran dan bisa memperkenalkan produk mereka ke luar kota dengan lebih efektif dan efisien.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana mendesain portal terpadu *e-market* sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran produk dari para mitra UKM di Kabupaten Ponorogo guna untuk melestarikan kearifan budaya lokal.
2. Bagaimana kinerja *e-market* reog untuk UKM oleh – oleh khas Ponorogo dalam akses informasi dan memperluas daerah pemasaran.

C. Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah yang digunakan dalam sistem ini :

1. Sistem ini dikhususkan untuk penjualan *online* oleh – oleh khas Ponorogo.
2. Menggunakan *web* dengan *tool PHP, MySQL* dan *phpMyadmin*.
3. Perancangan menggunakan metode *waterfall*.
4. Obyek penelitian adalah UKM di Ponorogo yang menjual khas oleh – oleh Ponorogo.
5. Pengiriman barang hanya wilayah di seluruh Indonesia.

D. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendesain portal terpadu *e-market* sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran produk oleh-oleh dari para mitra UKM di Kabupaten Ponorogo guna untuk melestarikan kearifan budaya lokal.
2. Memperluas akses informasi dan pasar para mitra UKM di Ponorogo dengan mengedepankan etika dan estetika oleh – oleh khas Ponorogo dengan sistem *e-market* reog.

E. Manfaat

Manfaat dari sistem *e-market* reog adalah :

1. Untuk membangun hubungan dengan konsumen. Para mitra UKM dapat berinteraksi dengan konsumen untuk mempelajari tentang kebutuhan dan keinginan konsumen yang lebih spesifik.
2. Mengurangi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh mitra UKM, seperti biaya dari penyewaan, asuransi, dan peralatan lainnya.

3. Dapat memperkenalkan kebudayaan Reog Ponorogo baik skala Nasional maupun Internasional.

F. Metodologi Penelitian

Adapun metodologi yang digunakan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Metode observasi yakni pengumpulan data dengan cara mengamati langsung obyek yang dituju untuk mendapatkan data – data yang diperlukan.

b. Data Sekunder

Metode studi literatur yakni mengumpulkan buku – buku referensi, brosur – brosur yang berhubungan dengan penelitian, artikel-artikel terkait serta beberapa literatur yang ada kaitannya dengan obyek penelitian.

2. Analisa dan Perancangan Sistem

Analisa dan perancangan sistem *e-market* reog dengan menggunakan DFD (*Data Flow Diagram*), ERD (*Entity Relationship Diagram*) untuk mempermudah dalam perancangan pembuatan sistem.

3. Implementasi

Perancangan dan pembuatan perangkat lunak pendukung untuk sistem *e-market* reog tool *PHP*, *MySQL* dan *phpMyadmin*.

4. Uji Coba Perangkat Lunak

Menguji program yang telah dibuat untuk mengetahui letak kesalahan dan memperbaikinya.

5. Dokumentasi

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari penyusunan skripsi yaitu pembuatan laporan dari semua langkah – langkah yang telah dilakukan.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa bab yang masing – masing bab membahas tentang :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai teori yang menjadi dasar dan mendukung dalam menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini berisi tentang perancangan serta pembangunan sistem sesuai dengan metode yang digunakan dan batasan masalah dari perancangan program.

BAB IV : IMPLEMENTASI SISTEM

Dalam bab ini penulis akan menuangkan aplikasi dan mengimplementasikan sistem *e-market* reog untuk UKM di Kabupaten Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan sistem.