

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (capital intensive). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002).

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

Pada tahun 2015 jumlah UMKM mencapai 14.997 unit yang terbagi menjadi 2 yaitu UMKM formal 771 unit dan UMKM non formal 14.226 unit dengan 139 unit di dalamnya adalah UMKM kerajinan kulit. (BPS, 2015). Salah satu UMKM kerajinan kulit yang ada di kabupaten Magetan adalah toko Karunia.

Toko Karunia merupakan salah satu pusat kerajinan kulit yang ada di kabupaten Magetan. Beberapa produk yang diproduksi adalah sepatu, sandal, ikat pinggang, tas, dompet, dll. Toko yang beralamat di Jl. Sawo No. 14 Selosari kabupaten Magetan ini menjadi salah satu toko kerajinan kulit yang menyediakan produk dari kulit asli yang berkualitas dan model terbaru. Tetapi, dengan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki maka pemasaran dan promosi produk masih menggunakan cara tradisional dengan menunggu pelanggan datang ke toko Karunia. Dengan cara ini membutuhkan waktu yang relatif lama untuk dikenal pada masyarakat luas, sehingga perkembangan dari UMKM akan lambat. Sementara itu, perkembangan teknologi informasi sudah berkembang sangat pesat. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8% dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu. Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet. (www.apjii.or.id/).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian difokuskan pada masalah pemanfaatan teknologi informasi yang dapat memberi dukungan aktif kelancaraan usaha pemasaran dan sebagai media promosi yang dapat dilakukan oleh UMKM kerajinan kulit toko Karunia dengan judul **“Perancangan Dan Penerapan *E-Commerce* Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerajinan Kulit (Studi Kasus: Toko Karunia Kabupaten Magetan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang *e-commerce* yang dibutuhkan oleh toko Karunia sebagai media pemasaran dan promosi untuk mengembangkan usaha?
2. Bagaimana menerapkan *e-commerce* pada toko Karunia agar dapat meningkatkan pemasaran produk?

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari permasalahan yang lebih luas dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Metode pembayaran menggunakan transfer antar bank dengan konfirmasi secara manual melalui SMS, Whatsapps dan BBM.
2. Bahasa pemrograman yang digunakan untuk merancang *e-commerce* adalah PHP.
3. *Database* yang digunakan untuk menyimpan data menggunakan *MySQL*.

4. Pengujian dan penerapan menggunakan server lokal/*localhost*
5. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *waterfall*.

D. Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Merancang *e-commerce* yang dibutuhkan oleh toko Karunia sebagai media pemasaran dan promosi untuk mengembangkan usaha.
2. Menerapkan *e-commerce* pada toko Karunia agar dapat meningkatkan pemasaran produk

E. Manfaat

Manfaat perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun secara tidak langsung bagi pihak terkait. Dengan dibuatnya *e-commerce*, diharapkan toko Karunia dapat meningkatkan pendapatan dan dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah seluruh Indonesia.