

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi teknologi tentu sangat penting untuk mendukung meningkatkan efisien, efektif, produktivitas, dan keunggulan bersaing bagi perkembangan bisnis suatu industri. Perkembangan teknologi juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan efisien, efektif, produktivitas, dan keunggulan bersaing. UMKM sebagai jantung dalam perekonomian daerah dan juga nasional yang mempunyai peran penting terkait kesempatan bekerja dan sumber pendapatan bagi desa [1]. Namun pada realita, UMKM sampai hari ini masih belum menggunakan inovasi teknologi secara optimal. UMKM diharapkan untuk mengikuti perkembangan dan inovasi teknologi guna meningkatkan daya saing dengan dukungan penggunaan teknologi Informasi dan Komunikasi untuk meningkatkan pemasaran berupa *digital marketing*. Untuk membantu ketertinggalan UMKM di Indonesia, maka dibutuhkan bimbingan atau pembekalan literasi digital yang mendukung untuk membantu UMKM tersebut menjadi digital (*UMKM Go Digital*). Pembekalan tersebut ditujukan untuk meningkatkan mutu dan kualitas produk serta membuka peluang pemasaran secara digital. Disamping itu juga dengan berkembang teknologi dapat meningkatkan keinginan untuk menonjolkan dan menampilkan produk produk khas daerah masing masing.

Untuk mencapai target *UMKM Go Digital* tentu masih memiliki berbagai macam tantangan. Digitalisasi merupakan sebuah proses konversi data seperti media informasi analog ke dalam media elektronik [2]. Pada realita sekarang, pelaku UMKM masih melakukan pemasaran secara konvensional, belum memanfaatkan kemajuan teknologi digital berbasis website dalam melakukan pemasaran dalam produk atau produk daerah tersebut. Sebagian masyarakat di desa tersebut juga belum siap untuk menghadapi persaingan seperti rendah

tingkat pendidikan, potensi sumber daya manusia dan UMKM yang tidak dapat berkembang. Untuk mengikuti perkembangan pembekalan literasi digital berkelanjutan menggunakan pemasaran digital secara efektif guna meningkatkan pemasaran dan juga kualitas produk hasil dari UMKM dengan memberdayakan pelaku UMKM untuk promosi secara digital. Pemanfaatan *website* dan juga jejaring sosial tentu mampu menghubungkan orang-orang yang terpisah secara geografis untuk mengetahui produk dan kualitas dari UMKM. Pembekalan yang dibutuhkan UMKM itu seperti mengenali produk yang akan dipasarkan, target pasar, pesaing, konten guna untuk meningkatkan kinerja dalam persaingan antar bisnis.

Melakukan pembinaan bertujuan untuk membantu UMKM menjadi lebih maju dan juga memanfaatkan teknologi digital. Pembinaan itu tersebut mengacu pada 6 indikator seperti *Smart Governance* ditujukan supaya desa melakukan perubahan cara tradisional pada tata kelola di pemerintah, cara ini dapat diimplementasikan dengan tiga unsur utama yaitu pelayanan, birokrasi dan kebijakan. Indikator *Smart Branding* bertujuan untuk meningkatkan inovasi dalam mengenalkan dan memasarkan produk-produk potensi dari desa sehingga dapat bersaing. Indikator ketiga *Smart Economy* merupakan sebuah tata kelola perekonomian tepat guna bertujuan dalam mewujudkan ekosistem perekonomian di daerah yang mampu sehingga memenuhi tantangan era informasi dan menuntut tingkat adaptasi yang cepat. Indikator keempat *Smart Living* yang bertujuan untuk menjamin kelayakan taraf hidup masyarakat (pola hidup, kesehatan dan transportasi). Indikator kelima *Smart Society* yaitu dimensi yang membahas tentang manusia sebagai unsur utama sebuah Desa. Indikator terakhir merupakan *Smart Environment* bertujuan untuk mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, dimana indikator ini tidak boleh hilang dengan lahir *Smart Village* yang menjadikan teknologi sebagai elemen pendorong.

Desa Curug Sangereng memiliki berbagai macam UMKM. Pada penelitian ini ditujukan pada UMKM yang dilaksanakan atau dibina oleh desa sendiri. Salah satu UMKM yang dibina desa adalah keripik kentang Curug Sangereng

Snack. Keripik kentang tersebut dilakukan oleh para pemuda Karang Taruna desa. Pembuatan dari keripik kentang tersebut tergolong baik untuk dikonsumsi sehari-hari karena pembuatan pada keripik kentang ini masih dilakukan secara manual atau dapat disebut produk rumahan. Keripik kentang ini juga memiliki berbagai macam rasa seperti balado, pedas dan juga *original*, dengan pilihan rasa tersebut memiliki cita rasa berbeda pada setiap rasa. Selain keripik kentang, UMKM yang dijalankan Karang Taruna kedepan akan ditambahkan seperti keripik bayam yang memiliki karakteristik berbeda.

Penelitian ini berfokus mengidentifikasi faktor-faktor kritis yang mempengaruhi peningkatan kapasitas sumber daya masyarakat dalam memasarkan produk menuju UMKM Digital berbasis *website application* bagi desa Curug Sangereng. Sumber daya masyarakat di Indonesia masih memerlukan peningkatan, mayoritas masyarakat masih tertinggal pada teknologi. Untuk meningkatkan keahlian tersebut maka diperlukan pelatihan seperti kursus, sertifikasi dan pengetahuan terhadap teknologi. Penelitian ini juga berupaya meningkatkan kemampuan masyarakat desa untuk menggunakan teknologi informasi, yang dimana merupakan program RIP dan RENSTRA Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Multimedia Nusantara (UMN) tahun 2021-2026. Program tersebut juga mendukung suatu program yang dinamakan *Sustainable Development Goals* (SDG's) untuk mencapai Kehidupan yang Sehat dan juga Sejahtera.

Penelitian ini memiliki kebaruan dari penelitian terdahulu yang dapat dilihat dari bab 2.5. Perbedaan penelitian ini dari penelitian Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi online pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi adalah perbedaan pada penganalisisan data pada penelitian tersebut menggunakan regresi logit biner, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dan juga SmartPLS dalam menganalisis data. Perbedaan pada penelitian Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital yaitu penelitian tersebut bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam penggunaan dan mengelola media digital, sedangkan dalam penelitian ini

bertujuan untuk memberikan solusi dalam penggunaan media digital dan memberikan pelatihan dalam menjalankan media tersebut. Perbedaan pada penelitian Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM *Home Industri Berbasis WEB*, pada penelitian tersebut memiliki perbedaan dalam tahapan analisis pembuatan *website*. Pada penelitian tersebut menggunakan metode komunikasi, analisis, desain sistem, konstruksi dan hasil kesimpulan, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini menggunakan metode *prototyping*, metode ini dilakukan dengan membuat desain, *prototype*, evaluasi, review dan update yang melakukan *development*, *test* dan juga *maintain*. Pada penelitian *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen* memiliki perbedaan dalam teknik pengumpulan data. Pada penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan metode kuantitatif sehingga membuat data kebutuhan terhadap *digital marketing* berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah yang telah diuraikan penulis sampaikan beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Faktor apa saja yang menjadi penghambat digitalisasi pada UMKM Curug Sangereng Snack pada desa Curug Sangereng?
2. Bagaimana rancang bangun aplikasi *E-Commerce* berbasis *website* pada UMKM Curug Sangereng Snack?
3. Bagaimana cara mengimplementasikan *E-Commerce* berbasis *website* pada UMKM Curug Sangereng Sanck?

1.3 Batasan Masalah

Ada batasan-batasan masalah pada proposal skripsi ini bertujuan untuk membatasi ruang lingkup yang dibahas. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan aplikasi sistem informasi berbasis *website application* sebagai media yang dapat digunakan pelaku industri UMKM desa Curug Sangereng dalam meningkatkan pemasaran dan kualitas produk yang dihasilkan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah suatu yang ingin dipenuhi oleh penulis dari penelitian yang dilakukan, selain itu juga manfaat penelitian ini merupakan manfaat yang akan diberikan dari tujuan yang telah dicapai penulis, berikut merupakan tujuan dan manfaat dari penelitian:

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu bertujuan untuk merancang aplikasi berbasis *website* sebagai media bagi industri UMKM untuk membantu meningkatkan proses pemasaran dari keripik singkong yang dihasilkan UMKM tersebut dan untuk dipublikasikan sebagai karya ilmiah hasil penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat yang diajukan pada konferensi PKM CSR.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kita semua bahwa dengan *E-Commerce*, dapat menjadi suatu peranan penting dalam meningkatkan proses pemasaran dari sebuah produk terutama bagi UMKM, selain itu juga *E-Commerce* dapat menjadi suatu peranan dalam mengembangkan suatu usaha dalam dunia bisnis. Selain itu juga dengan penggunaan *E-Commerce* bagi UMKM memungkinkan meningkatkan pangsa pasar pada UMKM

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan juga wawasan penulis dalam *E-Commerce* berbasis *website application* pada suatu proses bisnis di kemudian hari.
- b. Bagi para pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca untuk mengetahui peranan *E-Commerce* dalam suatu proses bisnis dapat meningkatkan *engagement* dalam proses bisnis.

- c. Bagi UMKM, penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM agar dapat meningkatkan kinerja dan keefektifan dalam pemasaran penjualan. Selain itu juga dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi UMKM agar dengan penelitian ini dapat meningkatkan pemasaran dan kualitas produk yang dihasilkan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan terdapat latar belakang, rumusan masalah, batasan Masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada landasan teori terdapat berisi studi literatur dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada metodologi penelitian terdapat gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Pada analisis dan hasil penelitian terdapat analisa masalah, kebutuhan penelitian, dan hasil analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada kesimpulan dan saran terdapat kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A