

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

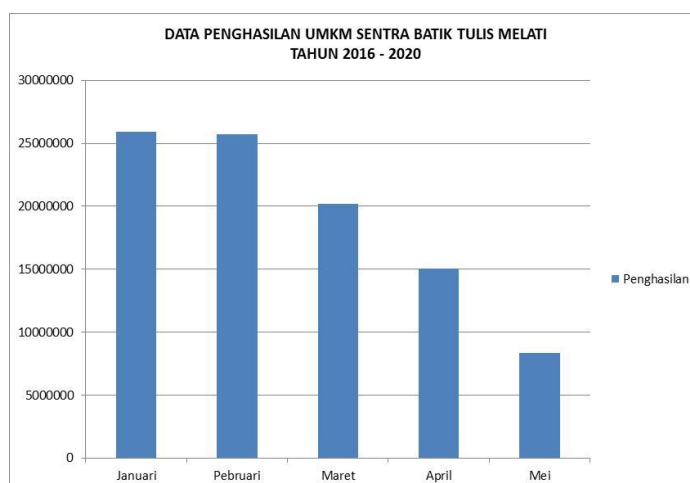
1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor utama penggerak roda perekonomian Indonesia. Menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM mencapai 64,2 juta, dimana angka tersebut mencapai 99,9% dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. Selain itu UMKM juga menyumbangkan hingga Rp. 8.573,9 triliun pada perekonomian Indonesia, lebih tinggi dari usaha besar yang sebanyak Rp. 5.464,7 triliun. Pertumbuhan globalisasi dan perkembangan teknologi informasi mengakibatkan persaingan bisnis antar perusahaan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan perlu berupaya dalam meningkatkan performansinya dalam rangka menghasilkan suatu *output* yang optimal, yang mampu memenuhi keinginan konsumen, (Basuki, 2010).

Salah satu jenis UMKM yang tumbuh subur di Indonesia adalah UMKM Batik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Widadi, 2019), batik mengalami dinamika perkembangan sangat cepat dengan varian yang cukup banyak. Indonesia memiliki banyak daerah, dimana semuanya memiliki ciri khas dalam corak dan warna batiknya. Salah satu daerah penghasil batik adalah Kabupaten Sumenep di Kepulauan Madura. Sejarah batik di Madura telah berawal sejak zaman kerajaan. Konon batik Madura mulai dikenal masyarakat luas pada abad ke 16-17.

Salah satu UMKM batik yang sudah lama berdiri di Kabupaten Sumenep adalah UMKM Batik Tulis Melati. UMKM Batik Tulis Sumenep didirikan sejak tahun 1977 dan berlokasi di Desa Pakandangan Barat Kecamatan Bluto. UMKM

Batik Tulis Melati sampai sekarang memiliki 50 orang pengrajin batik. Berbekal wawasan membatik yang diperoleh dari pelatihan yang dilakukan oleh Pemda, para pengrajin sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Achmad Zaini selaku pemilik dan pengelola UMKM Batik Tulis Melati, pengadaan bahan baku dan tenaga kerja tidak mengalami masalah karena telah diterapkan sistem *work from home* dalam proses membatiknya. Permasalahan utama yang sedang dialami oleh UMKM Batik Tulis Melati adalah turunnya angka penjualan. Penurunan angka penjualan ini disebabkan oleh terbatasnya lingkup penjualan dari UMKM Batik Tulis Melati. Selama ini strategi penjualan produk batik dijual di galeri pribadi, galeri Dekranasda, toko konveksi, dan pameran kebudayaan yang diadakan pemerintah. Namun, akibat adanya pandemi Covid-19 rata-rata toko konveksi di Sumenep sepi pembeli dan pemerintah pun sudah jarang sekali mengadakan ajang pameran kebudayaan akibat adanya pembatasan sosial. Sehingga hal ini menyebabkan terjadinya penurunan penjualan produk batik di UMKM Batik Tulis Melati. Hal ini bisa dilihat dari diagram tingkat pendapatan UMKM Batik Tulis Melati pada bulan Januari sampai dengan Mei tahun 2020:



Gambar 1.1 Data penjualan UMKM UMKM Batik Tulis Melati 5 tahun terakhir

Menurut (Rosmadi, 2021), salah satu strategi untuk memenangkan persaingan dengan pelaku usaha sejenis lainnya di tangan pandemi Covid-19 adalah strategi pemasaran secara *online*. Selain itu terdapat juga beberapa kelebihan pemasaran produk secara *online* daripada *offline*.

Tabel 1.1 Kelebihan bisnis *online* daripada *offline* (Rosmadi, 2021)

Online	Offline
Jangkauan konsumen lebih luas bahkan sampai keluar daerah. Karena transaksi dapat dilakukan secara <i>online</i> tanpa harus mengunjungi toko penjual.	Jangkauan konsumen yang terbatas, karena dibutuhkan transaksi pembelian secara langsung dengan mendatangi toko penjual.
Cakupan untuk memilih pelanggan lebih luas dan lebih spesifik. Karena strategi pemasaran yang digunakan mencapai target konsumen pemasaran <i>online</i> .	Strategi pemasaran yang dilakukan untuk menarik target konsumen adalah dengan membuat spanduk di sekitar toko atau bisa juga dengan membagikan brosur. Untuk toko yang besar ia bisa menggunakan televisi ataupun radio. Namun, sekali lagi orang-orang yang mengunjungi toko tersebut hanya masyarakat yang berada di daerah sekitarnya.

Dengan adanya pemasaran secara *online* dapat menarik minat konsumen untuk tetap mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang ada. Salah satu media *online* yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi dikalangan masyarakat adalah *website* dan penjualan di *online marketplace* (Riyanto, 2015).

Menurut (Hasugian, 2018), *Website* adalah kumpulan halaman dalam satu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari. *Website* adalah salah satu media yang paling sering untuk diakses dan digunakan dalam mencari berbagai informasi dan sarana komunikasi. *Website* juga sering dimanfaatkan sebagai sarana penjualan dan pemasaran produk secara *online*. Sedangkan *online marketplace* menurut (Artaya & Purworusmiardi, 2019), merupakan perantara antara penjual dan pembeli di dalam dunia maya. Situs marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran.

Tabel 1.2 Kelebihan *website* dan *marketplace* (Artaya & Purworusmiardi, 2019)

Website	Marketplace
Memiliki kontrol penuh atas operasional toko sendiri, mulai dari desain, navigasi, hingga proses transaksi dengan konsumen.	Di <i>marketplace</i> , penjual tidak perlu memulai semuanya dari awal seperti pada <i>website</i> toko <i>online</i> karena semua sistem dan <i>template</i> sudah tersedia.
Bebas untuk melakukan <i>branding</i> . Dapat menyesuaikan tampilan <i>website</i> sendiri sesuai dengan citra atau pesona dari produk yang dijual	Selain mudah, mulai berjualan di <i>marketplace</i> juga tidak membutuhkan modal yang besar. Bahkan, kamu bisa memulainya secara gratis.
Tidak bergantung pada orang lain, kontrol <i>website</i> sepenuhnya berada di tangan penjual, mulai dari pengoperasian sampai dengan proses transaksi dengan konsumen.	<i>Marketplace</i> merupakan platform penjualan yang terpercaya. Artinya, di sana sudah ada ribuan konsumen yang nyaman dan terbiasa untuk berbelanja melalui platform tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin melakukan pengembangan sistem pemasaran berbasis *online* berupa *website* dan *online marketplace* terpopuler

di Indonesia yang nantinya dapat berguna bagi UMKM Batik Tulis Melati dalam memasarkan produknya. Pembuatan toko *online* di *marketplace* berguna untuk memperluas lagi jangkauan pasar yang tidak bisa dijangkau oleh *website*. Proses pembuatan *website* dilakukan dengan pembuatan tiga macam *Content Management System* (CMS) yang berbeda. Kemudian dilakukan perbandingan terkait desain dan fitur yang dimiliki oleh ketiga CMS tersebut. Hasil dari perbandingan tersebut nantinya akan diranking menggunakan metode *Visekriterijumsko Kompromisno Rangiranje* (VIKOR). Sedangkan proses pembuatan toko di *online marketplace* diawali dengan melakukan studi literatur untuk melakukan pemilihan *online marketplace* terpopuler di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk *website* penjualan produk pakaian yang diinginkan oleh konsumen?
2. Bagaimana bentuk *website* penjualan produk UMKM Batik Tulis Melati?
3. Bagaimana bentuk *online marketplace* dari UMKM Batik Tulis Melati?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bentuk *website* penjualan produk pakaian yang diinginkan oleh konsumen.
2. Menghasilkan *website* penjualan produk UMKM Batik Tulis Melati.
3. Membuat *online marketplace* dari UMKM Batik Tulis Melati.

1.4 Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian perlu adanya batasan masalah agar tidak menyimpang dari arah dan tujuan yang ingin dicapai. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah pembahasan meliputi pemasaran dan penjualan produk hasil UMKM Batik Tulis Melati.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk membantu UMKM Batik Tulis Melati Sumenep dalam menjual produk batiknya di tengah pandemi Covid-19 dan pesatnya pertumbuhan pesaing UMKM batik lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu masyarakat dalam mendapatkan produk batik berkualitas tanpa harus mendatangi galeri UMKM Batik Tulis Melati.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memuat susunan beberapa bab pokok bahasan dalam penyusunan laporan tugas akhir secara ringkas dan sistematis. Adapun sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab kedua adalah tinjauan pustaka yang memuat teori atau studi literatur yang menjadi pendukung dalam penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini akan memuat jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, tipe data pada penelitian, alat dan bahan penelitian, teknik pengambilan data, metode penyelesaian, serta prosedur kerja peneliti dalam penelitian tugas akhir.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab keempat adalah hasil dan pembahasan yang terdiri dari pengolahan data serta analisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB V Penutup

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran hasil dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Daftar Pustaka

Lampiran