

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor kewirausahaan menjadi salah satu sektor yang sangat penting di kalangan masyarakat saat ini, sektor ini menjadi salah satu sektor utama dalam menghasilkan pendapatan untuk masyarakat. Salah satu komponen dari sektor ini yaitu adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasanya dikenal dengan UMKM adalah sebuah usaha yang didirikan dan dibentuk oleh perseorangan atau kelompok tanpa terikat dengan perusahaan lainnya. UMKM memiliki daya tahan dan fleksibilitas yang lebih baik terhadap krisis ekonomi sehingga menjadikan UMKM salah satu bisnis yang bergerak paling banyak dalam kepentingan masyarakat dan menjadikan UMKM menjadi sektor yang penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia (Hamza & Agustien, 2019).

Kota Payakumbuh merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Sumatra Barat dan merupakan kota yang menjadi pengembangan kawasan industri khususnya industri makanan. Pada kota ini terdapat sentra pusat oleh-oleh, dimana pada lokasi ini terdapat banyak sekali unit usaha oleh-oleh makanan khas minang. Salah satu contoh dari oleh-oleh makanannya yaitu produk sanjai. Sanjai merupakan ubi singkong yang diolah kedalam beberapa olahan yang menjadikannya makanan khas oleh-oleh provinsi Sumatra Barat dan Payakumbuh merupakan kota tempat produksi sanjai tersebut sehingga menjadikannya banyak sekali para pelaku usaha yang membuka usaha sanjai tersebut dari yang masih usaha kecil-kecilan hingga usaha yang sudah sangat besar. Pada daerah ini tidak hanya menjual sanjai, para pelaku usaha tersebut mengembangkan usaha mereka dengan menjual produk lainnya. Sehingga menjadikan UMKM ini sebagai penyerap banyak tenaga kerja dan memiliki kontribusi besar dalam pendapatan masyarakat sekitar.

Walaupun usaha ini sudah banyak dan memiliki kontribusi yang besar namun tetap saja masih memiliki kendala yang harus dihadapi. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap pelaku usaha UMKM di pusat sentra oleh-oleh Payakumbuh dengan mendatangi beberapa UMKM tersebut, kendala yang dihadapi

oleh para pelaku usaha tersebut sebagian besar terdapat dibagian promosi atau pemasaran dari produk yang mereka hasilkan. Sebagian besar dari pelaku usaha UMKM oleh-oleh makanan ini, pemasarannya masih dilakukan secara konvensional, tidak menggunakan *platform digital* apa pun. Mereka melakukan pemasaran hanya melalui spanduk yang dipasang di depan toko tempat mereka berjualan dan melalui promosi mulut ke mulut. Walaupun ada juga beberapa pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial seperti *instagram* dan *facebook* sebagai sarana promosi tetapi hal tersebut masih dirasa kurang efektif dikarenakan adanya keterbatasan pemahaman penggunaan teknologi oleh para pelaku usaha tersebut.

Platform digital merupakan sebuah tempat dimana individu atau kelompok dapat berkumpul untuk berbagi informasi, berdagang atau menawarkan suatu produk secara *online*, adanya platform digital ini dapat mengubah mekanisme bisnis yang awalnya bersifat konvensional menjadi bisnis yang menggunakan teknologi internet dan jaringan data (Natania & Dwijayanti, 2023). *Platform digital* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu aplikasi berbasis *website* yang memanfaatkan model bisnis *marketplace* dalam penerapannya. *Marketplace* merupakan model bisnis yang memungkinkan aktivitas jual beli antara penjual dan pembeli secara *online* tanpa ada batas ruang, jarak dan waktu sehingga dirancang untuk meminimalisir proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisiensi dan efektifitas (Yustiani & Yunanto, 2017).

Berdasarkan data statistika *market insight*, pada tahun 2022 jumlah pengguna lokal pasar *online* termasuk *e-commerce* dan *marketplace* didalamnya mencapai 178,94 juta, jumlah tersebut meningkat 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158.65 juta pengguna. Bank Indonesia mencatat nilai transaksi sebesar Rp476,3 triliun pada tahun 2022 tersebut. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan aplikasi berbasis model bisnis *marketplace* ini sangat pesat dan banyak pelaku usaha yang menggunakan sarana ini sebagai media promosi untuk kemajuan dan pembangunan bisnisnya.

Produk oleh-oleh makanan khas minang yang banyak terdapat di Kota Payakumbuh ini merupakan produk yang berpotensi memiliki harga jual yang tinggi dan produk yang sangat diminati oleh masyarakat luas sehingga seharusnya

dapat dipasarkan seluas-luasnya. Tetapi cara promosi mereka yang bersifat konvensional membawa dampak terhadap penjualan mereka, penjualan masih dilakukan ke daerah Payakumbuh dan sekitarnya. Terkadang ada di beberapa usaha UMKM yang produknya tidak habis terjual dan telah memasuki masa kadaluarsa sehingga harus dibuang ataupun diolah untuk dijadikan pakan ternak dan kemudian menimbulkan kerugian pada periode produksi UMKM tersebut. Dari hasil wawancara sebagian besar pelaku usaha belum ada yang menggunakan *platform digital website* menjadi salah satu sarana untuk melakukan proses penjualan produk mereka.

Untuk mengatasi masalah diatas, solusi yang dapat dilakukan yaitu diperlukannya sebuah *platform digital* untuk mempromosikan produk UMKM mereka agar usaha tersebut memiliki jangkauan yang lebih luas dan mampu menembus pasar ke seluruh wilayah yang ada di Indonesia. Salah satu *platform* yang bisa digunakan untuk melakukan promosi seluas-luasnya yaitu melalui aplikasi berbasis *website* dengan model bisnis *marketplace*.

Dalam mendukung penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu dapat dijadikan referensi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Setiyawati, 2020) dengan judul “*Marketplace Larisumkm.com Sebagai Alat Peningkatan Promosi UMKM di Kota Salatiga*” menghasilkan aplikasi *website* berbasis *marketplace*. Penelitian ini bertujuan untuk membantu mempromosikan produk UMKM Kota Salatiga dan mengakomodasikan proses jual beli yang lebih efisien sehingga proses transaksi penjualan dan pembelian dapat dilakukan secara *online*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Ahsyar et al., 2020) dengan judul “*E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru*” menghasilkan aplikasi *e-marketplace* berbasis *website* dengan menggunakan metode pengembangan sistem waterfall serta pendekatan analisis dan desain Object-Oriented Analysis and Design (OOAD) yang diuji menggunakan metode UAT. Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan produk dan memudahkan pihak dinas dalam mengelola data UMKM. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Aulami & Ariani, 2022) dengan judul “*Aplikasi E-Marketplace Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis mobile pada studi kasus Kabupaten Pesawaran*” menghasilkan aplikasi *e-marketplace* berbasis

website dan mobile dengan tujuan untuk mempermudah pengelolaan penjualan produk hasil olahan UMKM di daerah Kabupaten Pesawaran. Dari ketiga penelitian tersebut tentang pembuatan aplikasi dengan model bisnis *marketplace* untuk UMKM, terdapat sebuah kesamaan dalam hal tujuan yaitu sama-sama merancang dan membangun sistem penjualan dan pembelian produk hasil olahan UMKM serta untuk mempromosikan produk hasil UMKM pada daerah tersebut. Pada penelitian ini juga dibangun aplikasi *e-marketplace* pada Kota Payakumbuh untuk mempromosikan UMKM oleh-oleh makanan yang ada pada daerah ini menggunakan metode pengembangan sistem *waterfall* dan pendekatan analisa dan desain *Object-Oriented Analysis and Design (OOAD)*. Perbedaan penelitian ini dengan ketiga penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini terdapat penambahan fitur chat dan fitur laporan transaksi serta pengembangan lebih lanjut mengenai transaksi penjualan dan pembelian pada aplikasi.

Berdasarkan uraian diatas mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan merancang sebuah aplikasi berbasis *website* dengan model bisnis *marketplace* menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *framework* laravel untuk UMKM oleh-oleh makanan di Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatra Barat sebagai wadah untuk mempromosikan produknya secara *online*. Aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan para pelaku usaha untuk menjual produk secara lebih luas lagi dan juga mempermudah para konsumen untuk membeli produk UMKM tersebut walaupun tidak datang secara langsung ke tempatnya. Penelitian ini berjudul “Pembangunan Aplikasi Dengan Model Bisnis *Marketplace* Untuk Membantu Pemasaran Oleh-Oleh Makanan Pada UMKM Kota Payakumbuh”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, didapatkanlah rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana membangun aplikasi dengan model bisnis *marketplace* untuk membantu pemasaran oleh-oleh makanan pada UMKM di Kota Payakumbuh.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, batasan masalah yang ditetapkan oleh penulis yaitu :

1. Dalam pembangunan aplikasi ini terbatas pada pengelolaan produk oleh pelaku usaha, penjualan produk, pengecekan pembayaran serta pembelian produk oleh pembeli tidak sampai ke pengembalian produk.
2. Dalam aplikasi ini para pelaku usaha terbatas pada pelaku usaha UMKM oleh-oleh makanan.
3. Model bisnis yang digunakan yaitu berbasis model bisnis *marketplace* sehingga setiap pelaku usaha bisa mendaftarkan UMKM nya melalui aplikasi.
4. Aplikasi yang dibangun berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *framework* Laravel.
5. Aplikasi ini menggunakan *database* MySQL untuk menyimpan data.
6. Pengujian dilakukan untuk mengecek kesesuaian fungsional dengan kebutuhan yang diharapkan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun aplikasi dengan model bisnis *marketplace* yang dapat membantu para pelaku usaha UMKM untuk mempromosikan produknya, melakukan penjualan secara *online* dan menjangkau konsumen seluas-luasnya serta membantu para konsumen yang ingin membeli produk, tidak perlu datang langsung ke tempat usahanya sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penjualan dan pembelian produk UMKM.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini yaitu agar aplikasi ini bisa menjadi wadah untuk mempromosikan produk dari para pelaku usaha UMKM dan juga dengan adanya aplikasi ini promosi bisa dilakukan secara luas tanpa hambatan apapun dan mempermudah pembeli untuk melakukan transaksi ketika ingin membeli produknya dari jarak jauh.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir ini dibagi menjadi enam bab, sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori dan informasi pendukung yang diterapkan dalam penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, metode pengumpulan data, metode pengembangan sistem, dan *flowchart* penelitian pada UMKM oleh-oleh makanan yang ada di Kota Payakumbuh.

BAB IV: ANALISIS SISTEM DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi uraian pemodelan bisnis, perancangan dari aplikasi yang akan dibangun serta kebutuhan informasi dan sumber data dalam pembangunan sistem informasi UMKM berbasis model bisnis *marketplace*.

BAB V: IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi implementasi dari aplikasi dalam bentuk codingan serta pengujian terhadap aplikasi yang telah selesai dan siap untuk digunakan.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran dalam pembangunan aplikasi UMKM dengan model bisnis *marketplace* di Kota Payakumbuh.

