

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi yang kian maju serta persaingan pasar global yang semakin meningkat membuat semua persaingan dibidang usaha menjadi semakin ketat. Hal ini berimbas pada semua jenis usaha dan pelaku usaha harus mulai memikirkan trobosan terbaru agar usaha yang dijalaninya tetap bertahan dan mampu bersaing dengan usaha lainya. Demi bertahanya usaha tersebut penggunaan teknologi informasi mejadi pilihan utama dalam hal penjualan dan promosi usaha agar bisa bersaing dengan usaha yang lainya (Saepudin et al., 2021).

E-commerce pada saat sekarang telah menjadi tren yang signifikan dalam dunia bisnis. Banyak pegiat bisnis yang menggunakan platform e-commerce untuk meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Namun persaingan yang semakin kompotitif antar para pelaku bisnis terutama dalam pemanfaatan e-commerce menjadi fenomena yang menarik untuk di bahas. Dalam pemanfaatan dan mengoptimalkan platfrom e-commerce sebagai bentuk persaingan yang kompotitif para pelaku usaha saling berpacu dalam menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, dan meperlebar jangkauan pasar usahanya.

Pengaruh e-commerce terhadap industri UMKM telah membuat para pelaku bisnis harus meningkatkan inovasi bisnis lebih giat lagi. Strategi pemasaran menjadi salah satu kunci dalam persaingan ini, pelaku bisnis terutama bagi UMKM harus menggunakan pendekakan pemasaran seperti promo, diskon,

dan kampanye pemasaran lainnya untuk menarik konsumen dan membedakan diri dari pesaing lainnya. Selain itu perbedaan produk juga menjadi perhatian penting, pelaku usaha berupaya mengembangkan fitur unik, kualitas produk yang premium dan varian produk yang lebih banyak guna menciptakan keunggulan kompetitif dan menarik minat dari para konsumen.

Demikian dengan UMKM Bon Ladomasik Mande, UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan produk berupa makanan khas asal Saniangbaka dalam proses penjualannya dan promosi produk UMKM Bon Ladomasik Mande memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *tiktok*, *WhatsaApp* dan salah satu *platform e-commerce* yaitu *Shopee*. Namun hal tersebut belumlah efektif dan efisien dari segi proses penjualan karena proses yang cukup memakan waktu dan juga seperti minimnya informasi ketersediaan stok dari produk membuat pelanggan harus bertanya terlebih dahulu kepada pihak UMKM dan hal ini sangat tidak efisien karena membutuhkan banyak waktu bagi pihak UMKM dan konsumen dalam proses jual beli.

Dari permasalahan tersebut pihak UMKM ingin mengoptimalkan proses pemesanan agar mendapat kemudahan dalam melakukan proses jual beli, untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dibutuhkan *web e-commerce* yang akan bermanfaat bagi pihak UMKM Bon Ladomasik Mande dan juga menguntungkan bagi konsumen. Serta yang akan menjadi daya tarik dari web e-commerce ini yaitu web e-commerce ini nantinya juga menjadi situs *website* resmi dari UMKM Bon Ladomasik Mande dan dengan *content marketig* yang berisikan konten harian, promo, diskon serta rutinitas dan perkembangan UMKM. serta juga dilengkapi dengan fitur *content sharing* guna untuk mendistribusikan konten

kepada reseller UMKM Bon Ladomasik Mande yang dapat diunduh sesuai kebutuhan konten bagi para reseller.

Dalam perancangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini penulis menerapkan metode RAD (*rapid application development*). Menurut McLeord dalam (Kaban et al., 2022) bahwa Rapid Application Development (RAD) adalah strategi siklus hidup yang ditunjukkan untuk menyediakan pengembangan yang jauh lebih cepat dan mendapat hasil dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan hasil yang dicapai melalui siklus tradisional.

Berdasarkan permasalahan- permasalahan yang telah diuraikan diatas, untuk itu penulis tertarik mengangkat sebuah penelitian dengan judul : **“Perancangan Sistem Informasi Penjualan dan *Content Marketing* Berbasis *Web E-Commerce* dengan Menerapkan Metode RAD (*Rapid Application Development*) pada UMKM Bon Ladomasik Mande”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikandiatas, maka penulis dapat menyimpulkan permasalahan yang ada pada umkn Bon Ladomasik Mande ini untuk dijadikan pembahasan dalam laporan yaitu:

1. Bagaimana *web e-commerce* dapat membantu dalam proses penjualan dan conten marketing sebagai media penjualan dan promosi bagi UMKM Bon Ladomasik Mande?
2. Bagaimana merancang *web e-commerce* berbasis web pada UMKM Bon Ladomasik Mande?
3. Bagaimana mengetahui seberapa cepat pengembangan sistem dengan menerapkan metode RAD?

### 1.3 Hipotesis

Perdasarkan permasalahan yang telah dibahas maka dapat diajukan beberapa hipotesa sebagai berikut :

1. Dengan adanya sistem penjualan berbasis *web* pada UMKM Bon Ladomasik Mande diharapkan dapat lebih mudah dalam proses transaksi penjualan karena kegiatan transaksi penjualan yang lebih efektif dan efisien.
2. Dengan menerapkan *content marketing* sebagai media promosi, maka diharapkan dapat memperkenalkan produk dan meningkatkan target pasar lebih luas lagi dengan kemudahan informasi yang didapat oleh calon pembeli atau pelanggan.

### 1.4 Batasan Masalah

Agar permasalahan lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai, maka penelitian ini dibatasi masalah yang akan dibahas, yaitu :

1. Penelitian ini hanya membahas tentang perancangan sistem informasi penjualan dan *content marketing* berbasis *web e-commerce* pada UMKM Bon Ladomasik Mande.
2. Sistem yang baru ini dirancang untuk membantu mempermudah proses transaksi penjualan. serta *content marketing* sebagai media promosi dari UMKM Bon Ladomasik Mande.
3. Sistem ini dikembangkan dengan menggunakan metode RAD (*rapid application development*).

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penyusunan laporan skripsi ini adalah:

1. Menerapkan kemudahan dalam melakukan proses transaksi penjualan dan promosi dengan *web e-commerce*.
2. Merancang web e-commerce dan menerapkan pada UMKM Bon Ladomasik Mande?
3. Mengetahui seberapa cepat pengembangan sistem dengan menggunakan metode RAD (*rapid application development*)

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada pada UMKM Bon Ladomasik Mande maka dapat dikemukakan manfaat dari penelitian ini iyalah sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Bon Ladomasik Mande  
Dapat membantu mempermudah operasional penjualan dan meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas lagi.
2. Bagi penulis  
Menambah wawasan dalam pemanfaatan teknologi informasi, serta acuan bagi peneliti dalam mengembangkan sistem yang lebih baik lagi.
3. Bagi kampus  
Meningkatkan reputari kampus dengan adanya penelitian yang bermanfaat terhadap masyarakat luas.

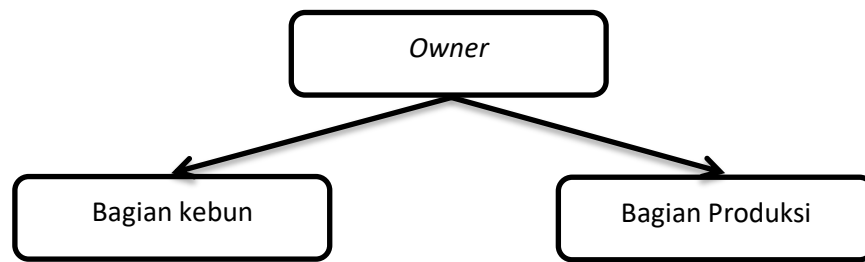
### **1.7 Gambaran Umum UMKM Bon Ladomasik Mande**

UMKM Bon Ladomasik Mande yang berlokasi di Saniangbaka, Kab. Solok, Sumatera Barat. UMKM ini bergerak dibidang kuliner dengan produk

berupa makanan khas dari daerah asalnya Saniangbaka. UMKM Bon Ladomasik Mande ini berdiri pada juni 2021 dan sudah memproduksi cabe atau sudah memiliki kebun cabe sendiri yang mana untuk kualitas cabe yang digunakan dalam produk UMKM ini yaitu cabe premium yang tidak diragukan lagi kualitasnya maka dari itu awal mula dari terpikirnya untuk menjual makanan khas ini bermula dari keinginan untuk menjual kerupuk ladomasik yang merupakan makanan khas dari daerah Saniangbaka, hingga sampai pada akhirnya muncul inovasi untuk menjual cabe kering olahanya saja dikarenakan cabe kering khas Saniangbaka ini tidak hanya untuk campuran dari kerupuk saja namun juga bisa menjadi campuran untuk makan nasi, nasi goreng, mie, bakso dan lainnya, sehingga mulailah pada saat itu untuk mengutamakan penjualan dari cabe kering tersebut dan mulai diproduksi serta dipromosikan melalui kerabat terdekat hingga promosi secara online melalui media sosial. Produk ini sangat digemari oleh para perantau utamanya yang berasal dari minang dan masyarakat diluar minang juga mengemari makahan khas saniangbaka ini, serta didorong dengan promosi yang gencar secara *online* maupun *offline* guna memikat para pelanggan. Pada saat ini pelanggan dari UMKM Bon Ladomasik Mande ini sudah sampai internasional terbukti dengan penjualan dari produk makanan khas ini tidak hanya impor dalam negeri tetapi juga sudah ekspor ke luar negeri seperti Arab Saudi, Mesir, Maroko, Jepang, Korea Selatan, dan negara tetanga seperti Singapura dan Malaysia.

### **1.7.1 Strukturr Organisasi**

Adapun struktur organisasi UMKM Bon Ladomasik Mande dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut :



*Sumber : wawancara dengan pihak UMKM*

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi**

### **1.7.2 Tugas dan Wewenang**

Adapun tugas dari masing-masing bagian pada struktur organisasi secara umum adalah sebagai berikut :

1. *Owner* / pemilik

Adapun tugas dari *owner* dari UMKM Bon Ladomasik Mande yaitu, Memimpin kegiatan UMKM Bon Ladomasik Mande, menerima laporan serta melakukan evaluasi terhadap perkembangan UMKM Bon Ladomasik Mande.

2. Bagian Kebun

Adapun tugas dari Bagian kebun dari UMKM Bon Ladomasik Mande yaitu, melakukan penanaman dan pemeliharaan terhadap kebun cabe hingga menghasilkan cabe dengan kualitas premium dan mempersiapkan kebutuhan cabe untuk produksi UMKM Bon Ladomasik Mande.

3. Bagian Produksi

Adapun Tugas dari bagian produksi dari UMKM Bon Ladomasik Mande yaitu, mengolah bahan olahan untuk diproduksi menjadi produk bon ladomasik dan mempersiapkan produk hingga siap jual.