

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan langkah penting untuk memahami peran dan dampak e-commerce dalam mengubah cara UMKM beroperasi dan bersaing di pasar. E-commerce, yang merupakan singkatan dari electronic commerce, merujuk pada proses jual beli produk dan layanan melalui platform online. Pertumbuhan dan evolusi teknologi digital telah memberikan peluang baru bagi UMKM untuk berkembang dan meningkatkan skala bisnis mereka (Az-zahra et al., 2021).

UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi global dan lokal, berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan inovasi. Namun, mereka sering menghadapi tantangan dalam hal akses ke pasar yang lebih luas, keterbatasan sumber daya, dan persaingan yang ketat. Di sinilah e-commerce memainkan peran vital (Wardani et al., 2020).

Dalam pendahuluan ini, kita akan membahas bagaimana e-commerce telah menjadi solusi bagi banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Munculnya teknologi informasi dan komunikasi, serta aksesibilitas internet yang semakin luas, telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing. E-commerce memungkinkan UMKM untuk menjual produk dan layanan mereka secara online, menciptakan toko virtual yang dapat diakses oleh pelanggan di seluruh kota, provinsi, dan Indonesia maupun dunia.

alam era modern saat ini, terdapat berbagai indikator yang dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, salah satunya adalah mengurangi tingkat pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja baru

melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja secara signifikan. (Jalil, 2018) Hal ini sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran yang ada di Indonesia. e-commerce merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya (Saing & Alwendi, 2020).

Sektor UMKM memiliki karakteristik sebagai sektor padat karya, di mana banyak tenaga kerja terlibat dalam produksi dan operasional usaha. Dengan mendorong perkembangan UMKM, pemerintah dapat menciptakan peluang kerja yang lebih luas bagi masyarakat, terutama di daerah-daerah yang membutuhkan pertumbuhan ekonomi yang lebih merata. (Hendrawan et al., 2023)

Dalam konteks ini, UMKM memiliki peran strategis dalam memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, mengurangi ketidaksetaraan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya di Indonesia terus berupaya untuk mendukung dan mengembangkan sektor UMKM guna memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pembangunan dan peningkatan kesejahteraan secara keseluruhan. (Saing & Alwendi, 2020)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang dan membangun aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis android di desa karangrejo kecamatan purowosari menggunakan metode waterfall.
2. Bagaimana tingkat efektifitas dan kualitas palikasi pemasaran produk UMKM berbasis android

menggunakan metode black box testing dan usability scale (SUS)

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada, maka ruang lingkup masalah yang ada dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya fokus kepenjualan. Penelitian ini hanya akan membahas kendala yang dihadapi UMKM dalam memasarkan dan mempromosikan produk mereka serta solusi yang dapat dilakukan melalui layanan produk UMKM berbasis Android dan website. Kendala lain yang terkait dengan aspek bisnis, seperti manajemen keuangan, operasional, dan sumber daya manusia tidak akan dibahas secara mendalam.
2. Perancangan aplikasi pemasaran produk UMKM di Desa Karangrejo ini hanya akan meliputi tahapan perancangan dan pengembangan, sedangkan tahap implementasi dan evaluasi tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang menjadi inti penelitian ini adalah:

1. Merancang aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis web dan android yang dapat memperluas pemasaran di Desa Karangrejo kecamatan Purwosari.
2. Menguji fungsionalitas aplikasi pemasaran UMKM di desa Karangrejo kecamatan Purwosari ini menggunakan black box testing guna memastikan semua fitur dan fungsiberoperasi sesuai yang diharapkan serta mengidentifikasi potensi masalah yang mungkin muncul.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan akan memberikan sumbangan berharga dalam peningkatan wawasan

para pelaku usaha UMKM di Desa Karangrejo kecamatan purwosari dalam mengadopsi dan mengevaluasi model bisnis e-commerce. Ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pendapatan UMKM. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi e-commerce yang efektif, pelaku usaha UMKM di Desa Karangrejo kecamatan purwosari dapat meraih peluang yang lebih besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesejahteraan.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi berharga pada pemahaman tentang ekonomi di tingkat mikro, khususnya dalam hal UMKM dan analisis pendapatan serta efisiensi operasional di lingkungan pedesaan seperti Desa Karangrejo kecamatan purwosari. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmiah yang bermanfaat untuk perkembangan pengetahuan ekonomi. Selain itu, temuan dan metodologi penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi yang berharga bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan riset seputar tema UMKM dan e-commerce di lingkungan desa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha UMKM e-commerce di Desa Karangrejo kecamatan purwosari dalam hal efisiensi dan pendapatan, serta memberikan kontribusi berkelanjutan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam konteks UMKM dan e-commerce di tingkat desa.