

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sistem informasi telah berkembang pesat dewasa ini. Secara langsung maupun tidak, sistem informasi saat ini telah menjelma sebagai bagian penting dari berbagai bidang kehidupan. Karena dengan sistem informasi banyak kemudahan yang didapatkan dari berbagai aspek kehidupan manusia. Manfaat perkembangan sistem informasi ini sangat menguntungkan banyak pihak terutama perusahaan yang menggunakan aplikasi untuk menunjang aktivitas perusahaannya. Sistem informasi sendiri dapat mempermudah untuk manajemen aktivitas perusahaan, khususnya aplikasi berbasis web. Web sendiri merupakan jaringan komputer yang saling terhubung antara satu jaringan dengan yang lain. Kebutuhan akan *website* diperlukan di era globalisasi ini, karena persaingan usaha yang semakin ketat.

Di Indonesia pun mengalami pertumbuhan usaha yang semakin pesat dengan ditandai semakin banyaknya industri yang berkembang, salah satunya adalah pertumbuhan di bisnis ritel (Aprindo, 2016). Pengelolaan bisnis ritel di Indonesia memiliki prospek yang baik juga karena jumlah penduduk Indonesia yang besar (Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 8). Tapi di sisi lain pada rilis terbaru AT Kearney tahun 2017 telah terjadi penurunan peringkat ritel Indonesia, dari 5 menjadi 8, yang mengkonfirmasi bahwa terjadinya persaingan sektor ritel di Indonesia semakin ketat. Hal ini diperkuat dengan data yang dikutip dari AT Kearney's Global Ritel Development Indeks (2017)

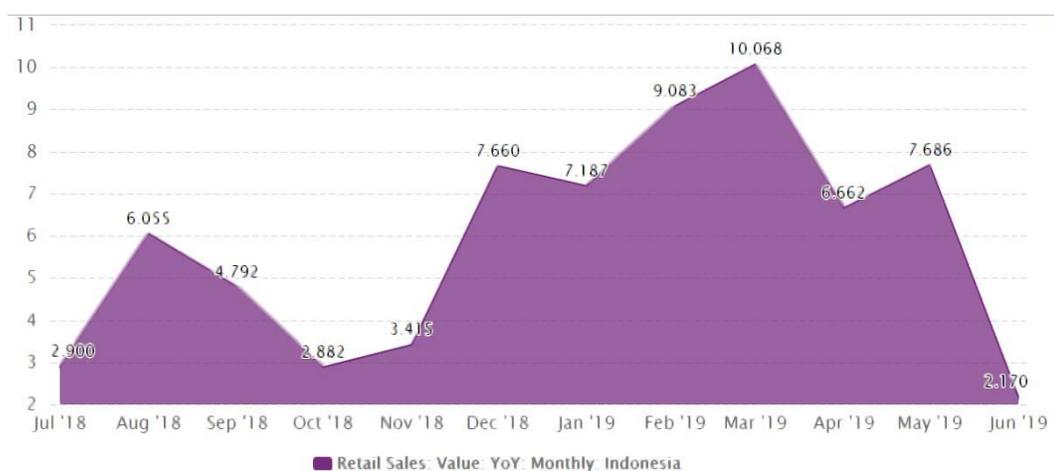
:

Tabel I. 1 Tabel Pertumbuhan Ritel

No	Negara	Besar Pasar 25%	Risiko Negara 25%	Saturasi Pasar 25%	Tekanan Waktu 25%	GRDI Score	Populasi (Juta)	GDP Per Kapita	Penjualan Ritel Nasional (\$ Milyar)
1	India	63,4	59,1	75,7	88,5	71,7	1.329	6.658	1.071
2	China	100	64,5	24,4	92,5	70,4	1.378	15.424	3.128

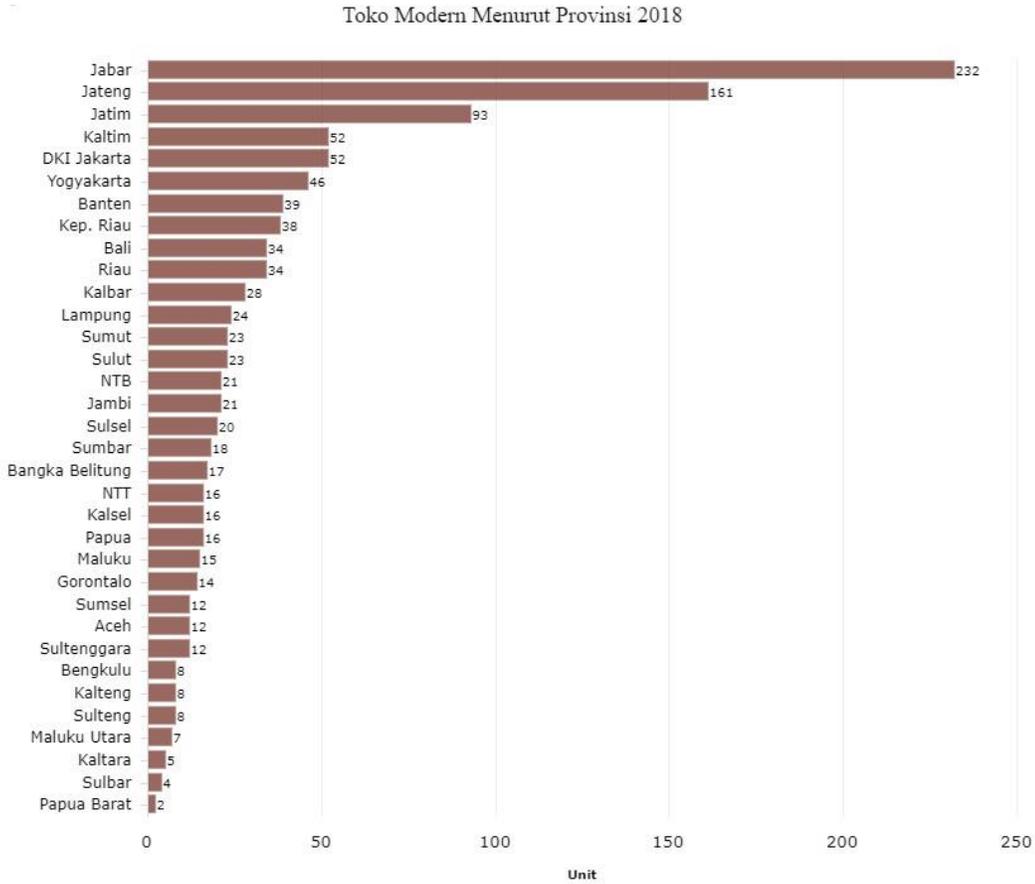
3	Malaysia	77,1	87,1	23,3	56,2	60,9	31	27.234	92
4	Turkey	75,8	60,4	31,7	71,4	59,8	80	21.147	241
5	UAE	92,3	100	0,9	44,4	59,4	9	67.696	73
6	Vietnam	26,7	25,4	72,4	100	56,1	93	6.422	90
7	Morocco	34,6	55,4	64,5	69,8	56,1	35	8.360	40
8	Indonesia	49,3	45,5	52,1	76,7	55,9	259	11.699	350

Dari tabel I.1, terlihat posisi Indonesia berada di rangking kedelapan dalam pertumbuhan bisnis ritel di dunia. Meskipun begitu hal ini masih menunjukkan bahwa bisnis ritel di Indonesia termasuk pesat pertumbuhannya dan menjanjikan meskipun terjadi penurunan dari tahun sebelumnya, sehingga hal itu akan dapat menjadi peluang pasar yang potensial ke depan bagi peritel Indonesia maupun asing. Selain itu pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia juga dilaporkan mengalami penurunan sebesar 2.2 % pada Juni 2019. Rekor ini turun dibanding sebelumnya yaitu 7.7 % untuk Mei 2019. Hal ini diperkuat dengan data yang dirilis dari CEIC Data pada rentang waktu Juli 2018 sampai Juni 2019. Adapun data yang tersedia dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar I. 1 Grafik Pertumbuhan Ritel Tahun 2018-2019

Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa persaingan bisnis ritel semakin ketat. Bisnis ritel di Indonesia sendiri akhir-akhir ini semakin marak, hasilnya sangat menjanjikan tidak hanya bagi produsen lokal namun juga produsen asing. Selain itu persaingan antara peritel modern dan peritel tradisional juga semakin ketat. Hal ini membuat peritel tradisional juga harus memikirkan strategi yang tepat untuk bersaing dengan ritel modern lainnya. Dikarenakan jumlah ritel modern di Indonesia sendiri juga mengalami perkembangan. Saat ini toko modern menurut data dari Badan Pusat Statistik berjumlah 1.131 unit dengan jumlah toko modern terbanyak dari Jawa Barat (232 unit), Jawa Tengah (161 unit), dan DKI Jakarta (52 unit). Toko modern di Indonesia sendiri mendominasi sebanyak 7,06% di tempat perdagangan publik setelah pasar tradisional (88,52%). Hal ini menjadi fokus perhatian pemerintah karena ekspansi toko modern dapat menyudutkan eksistensi toko kecil, seperti toko kelontong dan warung. Adapun data dapat dilihat pada gambar berikut .



Gambar I. 2 Jumlah Toko Modern

Meskipun begitu menurut The Nielsen Company Indonesia, di tengah gempuran ritel modern dengan segala fasilitas dan kenyamanannya, ternyata ritel tradisional Indonesia lebih banyak dikunjungi dan lebih hidup dibandingkan ritel-ritel sejenis di Asia. Contohnya, ritel tradisional di Indonesia rata-rata dikunjungi sebanyak 25 kali per bulan, sementara di Filipina lebih sedikit, yakni 24 kali per bulan. Maka dari itu hingga saat ini industri ritel khususnya ritel tradisional, masih memiliki ruang untuk terus bertumbuh. Peritel tradisional harus bersaing dengan industri ritel modern yang terus tumbuh. Untuk itu maka diharapkan kemajuan sistem informasi saat ini mampu mengurangi bahkan menghilangkan masalah-masalah yang dihadapi oleh ritel tradisional.

Menurut Sulmiah pada jurnalnya yang berjudul “Perkembangan Pasar Modern Di Indonesia Dan Dampaknya Terhadap Pasar Tradisional” ada beberapa faktor yang menyebabkan tergesernya pasar atau ritel tradisional. Di antaranya adalah untuk ritel tradisional rantai distribusinya relatif lebih panjang dari pada ritel modern khususnya barang-barang dari industri besar. Perbedaan saluran distribusi ini menimbulkan perbedaan harga antara ritel tradisional dan modern, yang menyebabkan lemahnya daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern. Terpesernya pasar tradisional disebabkan pula oleh meningkatnya taraf hidup dan berubahnya gaya hidup masyarakat, ketika tingkat taraf hidup masyarakat meningkat, disamping membutuhkan ketersediaan berbagai macam barang yang lengkap dari kebutuhan primer hingga kebutuhan tersier, fasilitas pendukung seperti kenyamanan, kebebasan, ataupun jaminan harga murah dan kualitas baik menjadi bahan pertimbangan masyarakat. Suryana et.al. (2008) menyebutkan bahwa berubahnya gaya hidup masyarakat atau konsumen sebagai akibat dari meningkatnya taraf hidup menyebabkan pertumbuhan pasar modern sangat pesat. Kemudian untuk ritel-ritel tradisional juga mendapatkan kesulitan untuk mendapatkan info tentang produk terbaru. Dikarenakan untuk mendapatkan info produk terbaru selain mereka harus datang ke toko langsung mereka biasanya mendapatkan info tentang produk tersebut dari brosur atau salesman.

Sedangkan jika toko tersebut tidak besar / Stock Keeping Unit (SKU) yang kurang laku maka toko tersebut akan jarang di kunjungi salesman.

Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan sangat dibutuhkannya komunikasi antara distributor dengan ritel untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Tetapi yang terjadi saat ini adalah komunikasi antara distributor dengan ritel kecil masih sangat minim. Komunikasi hanya terjalin jika ada salesman yang datang ke toko atau peritel sendiri yang datang ke tempat distributor. Permasalahan dan peluang inilah yang melatarbelakangi terbentuknya *startup* MyPartner dengan produk *monitoring* stok produk sistem yang dibangun sebagai solusi bagi ritel untuk melakukan restok ulang barang. Selain itu juga agar ritel – ritel tradisional nantinya dapat menjual barang sesuai dengan keinginan pasar atau trend yang sedang berlaku.

Sebenarnya banyak media yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah permasalahan komunikasi antara distributor dengan ritel antara lain dengan menggunakan telepon maupun social media, seperti facebook, whatsapp, line selain itu juga ada media e-mail. Akan tetapi jika menggunakan media yang sudah disebutkan diatas bukannya mempermudah akan tetapi mempersulit para distributor dikarenakan harus menghandle puluhan bahkan ratusan ritel. Bukannya mengurangi beban akan tetapi akan menambahkan beban mereka sendiri. Selain itu terdapat banyak juga media yang dapat memberikan kemudahan untuk membantu para peritel tradisional ini contohnya seperti Sampoerna Ritel Community (SRC). Contoh tersebut merupakan saingan nyata dari *startup* MyPartner. Mereka memiliki fitur fitur unggulan masing” yang dapat diunggulkan untuk menggaet pasar agar mau menggunakan aplikasi mereka. Begitu pula dengan *startup* MyPartner yang memiliki beberapa fitur unggulan tentunya.

Startup MyPartner ada untuk memberikan layanan yang belum ada sebelumnya, layanan yang dirancang merupakan layanan pengontrolan layanan stok produk pada ritel nantinya, sehingga mempermudah para peritel dalam melengkapi barang maupun mengetahui informasi tentang produk terbaru yang ada di pasaran. Selain itu juga para ritel tidak harus berputar putar dahulu untuk mendapatkan barang yang diinginkan diakarenakan stok barang akan terus dipantau oleh *startup* MyPartner dengan fitur stok

reminder. Fitur *monitoring* stock produk sendiri dirancang untuk memberikan kemudahan nantinya dalam memantau stok yang ada di ritel, sehingga ketika stok mereka habis maka akan mudah untuk *startup* MyPartner nantinya dalam melakukan re-stok barang. Selain itu terdapat juga fitur informasi pelanggan dimana dengan fitur ini diharapkan nantinya ritel akan dengan mudah mendapatkan informasi tentang produk produk terbaru tanpa harus menunggu salesman datang. Kemudian juga terdapat fitur *predict* dimana nantinya *startup* MyPartner dapat memberikan saran terhadap barang yang nanti akan mengalami kenaikan penjualan maupun penurunan. Selain itu diperlukan juga strategi” bisnis untuk *startup* MyPartner agar bisnisnya dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Strategi” bisnis tersebut juga dapat dijadikan pedoman untuk mengungguli dari saingan” yang sudah ada.

Dalam penelitian ini *Monitoring Stok System* terbagi atas dua modul yaitu Modul distributor dan juga modul ritel. Segala sesuatu tentang proses distributor dalam memasukkan informasi tentang data barang, memperbaharui data barang, memberikan informasi tentang informasi produk terbaru untuk ritel dan juga melihat stok barang pada ritel ada pada modul ini. Selain itu di dalam modul ini juga nantinya tempat dimana distributor dapat melakukan prediksi terkait *trend* barang yang nantinya akan dibagikan kepada ritel. Sedangkan modul ritel digunakan untuk ritel dalam melakukan pembaharuan stok barang, melihat informasi terbaru tentang produk dari distributor. Selain itu di dalam modul ini juga dapat digunakan untuk ritel melihat dan menanggapi fitur-fitur yang nantinya akan diberikan oleh *startup* MyPartner.

1.2. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Rancangan aplikasi seperti apa yang dapat membantu distributor berkomunikasi dengan ritel tradisional ?
2. Apa saja fitur atau layanan yang tersedia di dalam *website Monitoring Stok Produk* pada modul Distributor ?

3. Apa saja strategi bisnis yang diterapkan *startup* MyPartner untuk menjalankan bisnisnya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat model rancangan yang tepat untuk menghasilkan informasi yang menarik dan dapat digunakan *startup* MyPartner dalam memantau stok pada ritel tradisional.
2. Menyediakan fitur layanan pengelolaan data stok (input, delete, record), informasi pelanggan *startup* MyPartner nantinya
3. Membuat strategi bisnis berupa analisis potensi pasar, *business model canvas*, serta mempersiapkan perencanaan pengembangan produk.

1.4. Batasan Penelitian

Adapun batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi yang dihasilkan sampai dengan tahap versi Alpha, dimana modul sistem yang dibangun mampu memberikan data ritel tradisional yang dibutuhkan kepada *startup* MyPartner.
2. Sistem yang dibangun berfokus pada layanan pemrosesan data yang dilakukan oleh distributor yaitu *input, update, delete* data pada sistem.
3. Sistem yang dibangun menggunakan *Grid System Bootstrap* dengan Bahasa pemrograman PHP (*Hypertext Preprocessor*) dan *database SQL (Structure Query Language)*.
4. Sistem hanya dapat diimplementasi di wilayah yang mencakup jaringan internet dan kesiapan dari pihak ritel tradisional, khususnya di daerah kota Bandung dan Kabupaten Bandung yang sudah mengerti tentang teknologi.
5. Metode pengujian menggunakan *Scenario Testing*.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Startup* MyPartner
 - a. Dapat membantu menyajikan informasi terkait stok produk terkait ritel tradisional nantinya
 - b. Dapat membantu dalam menambah media promosi kepada ritel tradisional
 - c. Dapat mempermudah komunikasi dengan para ritel tradisional nantinya
 - d. Menghasilkan produk aplikasi yang dapat ditawarkan kepada pasar yang memiliki potensi peluang bisnis.
 - e. Mengetahui peluang bisnis *startup* berdasarkan analisis permasalahan dan kebutuhan calon pasar sasaran.
 - f. Memberikan rancangan aplikasi yang informatif kepada supplier sehingga mempercepat proses pengambilan keputusan dalam melakukan pengiriman barang ke ritel tradisional.

2. Bagi Ritel tradisional
 - a. Dapat mempermudah dalam memilih produk yang diinginkan
 - b. Dapat melihat informasi stok produk terbaru nantinya
 - c. Dapat memilih barang yang ada sesuai keinginannya
 - d. Tidak perlu bersusah payah untuk melengkapi stok yang kosong nantinya.

1.6. Sistematika Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan metode yang digunakan untuk membuat penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada Bab ini berisi penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian yang sesuai dengan metode yang digunakan secara rinci.

Bab IV ANALISIS PERANCANGAN DAN IMPELEMENTASI

Pada Bab ini berisi mengenai analisis analisis perancangan yang dilakukan selama penelitian terhadap sistem aplikasi yang sedang dirancang, seperti proses menganalisis identifikasi kebutuhan, analisis proses bisnis, dan perancangan proses bisnis seperti *Use case* dan *activity Diagram*. Selain itu bab ini juga menjelaskan tentang proses pengimplementasi perencanaan penelitian dari sistem yang dirancang pada penelitian ini.

Bab V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian ini yang digunakan untuk memperbaiki penelitian selanjutnya.