

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM memiliki peranan yang penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan karena UMKM menyerap paling banyak tenaga kerja dan menyumbang Produk Domestik Bruto lebih besar dibandingkan usaha besar (umkmkoperasi.com, 2021). Menurut Nianggolan (2020), berdasarkan data Kemenkop-UKM, sebanyak 99,99% atau setara dengan 64 juta pelaku usaha berasal dari UMKM, dengan penyerapan tenaga kerja yang besar, yakni mencapai 117 juta orang atau 97% dari total tenaga kerja.

Dari data Kemenkop-UKM yang telah dijelaskan, maka sektor UMKM harus mampu bertahan dan terus dapat melakukan aktivitas bisnis meskipun dalam kondisi ekonomi yang tidak baik. Pada tahun 2020, wabah virus COVID-19 yang melanda telah mengakibatkan penurunan perekonomian nasional yang begitu besar. Menurut Fakhrunnas (2021), dosen dari Universitas Islam Indonesia menuturkan bahwa pada masa awal Covid-19, penurunan angka pertumbuhan perekonomian Indonesia pada Kuartal I ke Kuartal II Covid-19 lebih buruk daripada krisis tahun 1997. Tetapi, karena upaya fokus pemerintah dalam melakukan *recovery economy*, hal itu dapat menolong jatuhnya perekonomian Indonesia. Pemerintah mengalokasikan dana pemberdayaan UMKM pada tahun 2020 sebesar 123,46 triliun dari total anggaran bantuan sosial yang mencapai 695 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memberikan prioritas tinggi terhadap UMKM agar selalu bertumbuh dan menjaga perekonomian negara dengan baik.

Pada Tabel I.1 menjelaskan mengenai perkembangan dari UMKM pada tahun 2018 sampai 2019.

Tabel I.1 Perkembangan Unit Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
Tahun 2018-2019

| No | Indikator | Satuan | Tahun 2018 | | Tahun 2019 | | Perkembangan | |
|----|---------------------------------|--------|------------|-------|------------|-------|--------------|------|
| | | | Jumlah | (%) | Jumlah | (%) | Jumlah | (%) |
| 1. | Usaha Mikro, kecil dan Menengah | (Unit) | 64.194.057 | 99,99 | 65.465.497 | 99,99 | 1.271.440 | 1,98 |
| 2. | Usaha Mikro (UMi) | (Unit) | 63.350.222 | 98,68 | 64.601.352 | 98,67 | 1.251.130 | 1,97 |
| 3. | Usaha Kecil (UK) | (Unit) | 783.132 | 1,22 | 798.679 | 1,22 | 15.547 | 1,99 |
| 4 | Usaha Menengah (UM) | (Unit) | 60.702 | 0,09 | 65.465 | 0,10 | 4.763 | 7,85 |

(Kemenkop UKM Tahun 2018-2019, 2020)

Dari data pada Tabel 1.1 dapat disimpulkan, Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8% (Nianggolan, 2020).

Maka tak heran mengapa pemerintah memberikan prioritas khusus untuk UMKM, sehingga di penelitian ini penulis memutuskan untuk fokus terhadap permasalahan yang berdampak pada UMKM. pada saat ini, yaitu kebanyakan pelaku UMKM belum menerapkan teknologi ke dalam kegiatan utamanya

seperti yang ditunjukkan oleh data dari tahun 2021 di mana jumlah UMKM yang sudah *onboarding* di ekosistem digital baru mencapai 19% atau sekitar 12 juta UMKM. Oleh karena itu, diperlukan digitalisasi sebagai terobosan dan inovasi agar UMKM bisa tetap tumbuh walaupun di tengah pandemi.

Berdasarkan kesadaran akan pentingnya peran UMKM pada roda perekonomian Indonesia, maka kemajuan teknologi informasi terhadap sektor UMKM pun perlu menjadi prioritas utama agar ekosistem bisnis Indonesia bisa memberikan performa yang lebih baik di masa yang akan datang. Pemerintah saat ini mencanangkan program digitalisasi dengan target sebanyak 30 juta pelaku UMKM pada tahun 2024. Terlebih saat ini ada sekitar 37% pengguna jasa internet baru dan sebanyak 93% konsumen memanfaatkan digital, dengan rata-rata penggunaan 4,3-4,7 jam *online* per hari.

Maka dari itu penerapan teknologi sistem informasi kepada UMKM saat ini harus diprioritaskan, dengan mengajak UMKM yang ada di Indonesia untuk berpartisipasi dalam perkembangan teknologi, sehingga UMKM di Indonesia siap untuk melakukan modernisasi dan bersaing di era revolusi industri 4.0. Hal ini juga merupakan alasan mengapa penelitian ini dibuat untuk mendukung program pemerintah dalam mendorong digitalisasi sebanyak 30 juta pelaku UMKM di tahun 2024.

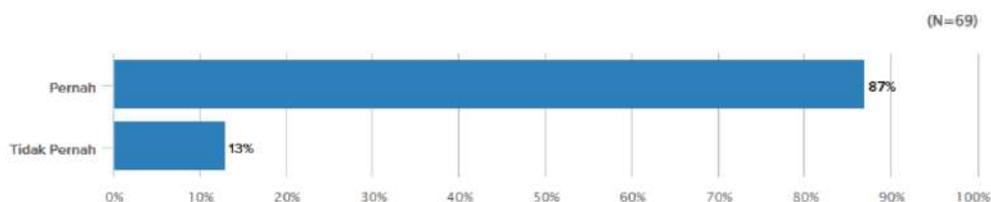
Indonesia merupakan negara yang kaya dengan budayanya. Budaya yang ada di Indonesia sudah ada sejak zaman dahulu sebelum adanya budaya modern di Indonesia. Budaya di Indonesia terdapat dua jenis yaitu budaya tak benda dan budaya benda. Selain itu, peninggalan budaya di Indonesia juga terlibat dan aktif di bagian UMKM salah satunya adalah kerajinan tangan atau *handicraft* yang berasal dari Indonesia. *Handicraft* dari Indonesia sudah sangat terkenal dari nasional hingga internasional dikarenakan memiliki nilai seni yang sangat tinggi dan sudah ada sejak zaman dahulu.

Dari hal tersebut, tidak salah mengapa masyarakat dalam negeri maupun luar negeri sangat banyak membeli produk *handicraft* Indonesia untuk dinikmati

karya seninya. Hal itu dikarenakan Indonesia memiliki pengrajin hebat yang telah terlatih secara turun temurun sebagai penerus pembuat karya seni budaya Indonesia agar karya seni budaya Indonesia punah. Akan tetapi, dengan banyaknya produk UMKM di Indonesia, salah satunya di bidang handicraft, ada banyak sekali orang yang melakukan tindakan copycat serta mengaku-ngaku bahwa produk dari hasil tiruan itu adalah miliknya sendiri. Hal itu dapat merugikan pemilik asli dari produk UMKM yang karya seninya telah diambil oleh orang yang tidak bertanggung jawab serta mengurangi rasa percaya pembeli akan keaslian produk yang dibeli.

Akibatnya, pendapatan produk *handicraft* UMKM itu akan mengalami penurunan karena orang-orang ragu apakah produk handicraft itu asli atau palsu. Oleh karena itu, penulis mencoba melakukan survei mengenai permasalahan yang membuat masyarakat menjadi ragu untuk membeli suatu produk, salah satunya membeli produk secara digital atau online. Hal tersebut dibuktikan oleh survei yang telah dibuat oleh penulis sebanyak 70 responden dengan responden terbanyak pada usia 20-24 tahun yaitu 43% dan 30 tahun ke atas 41%. Tetapi, hal tersebut terhambat oleh permasalahan masyarakat yang masih tidak handal dalam melakukan kegiatan digital. Gambar I.1 merupakan hasil survei yang telah dilakukan oleh penulis mengenai keraguan saat melakukan belanja secara *online*.

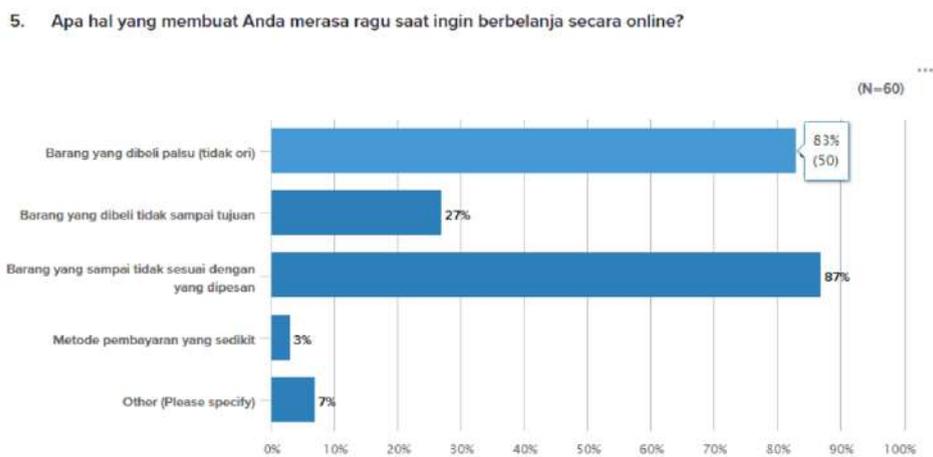
4. Apakah Anda pernah merasa ragu ketika ingin berbelanja secara online?



Gambar I.1 Survei Tentang Keraguan Berbelanja *Online*

Dari hasil survei yang dipaparkan oleh gambar tersebut menunjukkan bahwa 87% responden ragu ketika ingin berbelanja *online*. Hal ini menandakan bahwa

mayoritas responden ketika ingin bertransaksi secara *online* berpikir dua kali saat ingin berbelanja *online*. Lalu selanjutnya penulis melakukan survei mengenai penyebab suatu hal yang membuat pembeli merasa ragu saat ingin belanja *online*. Pada Gambar I.2 merupakan hasil survei yang telah dilakukan oleh penulis untuk mengetahui penyebab apa saja yang membuat pembeli merasa ragu ketika ingin berbelanja secara *online*.



Gambar I.2 Survei Tentang Alasan dari Keraguan Berbelanja *online*

Berdasarkan gambar berikut, mayoritas orang-orang ragu untuk berbelanja online dikarenakan oleh barang yang mereka beli termasuk barang palsu sebesar 83% atau 50 responden dan 87% menunjukkan responden menerima barang yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Alasan yang berkaitan dengan barang palsu tersebut menarik perhatian penulis sehingga penulis memfokuskan pada permasalahan tersebut di penelitian ini.

Akibat dari adanya barang-barang palsu, berdampak pada penjual yang mengalami penurunan pendapatan dikarenakan berkurangnya jumlah pembeli yang ingin membeli produknya. Pemalsuan barang ini sudah banyak tersebar di Indonesia bahkan bisa dibilang sebagai salah satu kasus terbanyak dalam sektor perdagangan. Adapun salah satu kasus pemalsuan barang yang ada di Indonesia seperti pemalsuan pada batik tulis.

Batik tulis merupakan salah satu kerajinan tangan yang menjadi warisan budaya dan telah diakui oleh dunia. Terdaftar dalam Unesco, batik merupakan warisan tak benda yang memiliki banyak jenis contohnya batik tulis, batik cap, dan batik tiruan (batik print atau tekstil). Karena keseriusan terhadap keaslian batik ini, pemerintah mengategorikan batik asli dan batik tiruan agar memiliki nomor SNI secara terpisah (batik asli, SNI: 0239, sedangkan batik tiruan atau tekstil bercorak, SNI: 8184).

Namun, hal ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab yang sengaja memakai label batik asli atau batik tulis dan cap untuk menipu konsumen, padahal produk tersebut merupakan batik tiruan atau produsen tekstil dan batik print. Karena hal ini menyangkut dengan warisan budaya negara, pemerintah memberikan sanksi tegas tentang labeling batik. Menurut walikota Pekalongan Basyir Achmad tentang sanksi tegas bagi produsen tekstil bermotif batik, diberikan sejalan dengan rencana pemerintah melarang impor produk tekstil bermotif batik. Hal ini menjadi keresahan bagi UMKM pengrajin batik tulis karena berpengaruh terhadap nilai penjualan UMKMnya.

Kasus barang palsu dari UMKM batik tulis hanyalah salah satu contoh dari berbagai macam permasalahan kerajinan tangan. Maka dari itu, penulis ingin memberikan solusi untuk memecahkan masalah tersebut dengan membangun website bernama Niuniq. Niuniq merupakan sebuah website application dengan menggunakan framework VueJS yang membantu para UMKM untuk memeriksa apakah barang yang dibeli merupakan barang asli atau bukan dengan memasukan informasi barang apa yang ingin diidentifikasi. Lalu setelah data tersebut di-input oleh pihak UMKM, maka akan muncul *QR code* yang bisa ditempelkan kepada produknya, dicantumkan di website mereka, dan sebagainya. *QR code* ini juga memberikan nilai jual tambahan dengan menampilkan hal hal yang menarik tentang produknya seperti proses pembuatan, video tentang sejarahnya, dan sebagainya.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana langkah yang baik dan sesuai dalam mengembangkan *front-end website* Niuniq agar dapat menyesuaikan kebutuhan para penjual dan pembeli?
- b. Fitur seperti apa yang dapat diaplikasikan pada *website* Niuniq agar dapat membantu memecahkan permasalahan pembeli dan pihak UMKM dalam memeriksa dan meyakinkan keaslian produk mereka?
- c. Bagaimana hasil evaluasi pengujian dari hal-hal yang dapat dilakukan pada *website* Niuniq dalam memenuhi kebutuhan pengguna?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengembangkan tampilan *front-end* pada *website* Niuniq untuk mendukung dan mempermudah jalannya bisnis pemilik UMKM terkait dan melayani para pengguna *website* Niuniq.
- b. Mengembangkan *website* Niuniq beserta fiturnya yang dapat memudahkan para pembeli dan pemilik UMKM dalam memeriksa keaslian barang yang telah dibeli dan meyakinkan keaslian barang para pemilik UMKM yang akan dijual di *website* Niuniq.
- c. Mengevaluasi pengembangan *website* dengan melakukan pengujian pada *website* Niuniq agar memenuhi kebutuhan para pengguna.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini berfokus pada pengembangan *website* Niuniq di sisi *front-end*.
- b. Semua data proses diambil dari sistem *back-end*.
- c. Dalam penelitian ini hanya membahas mengenai *development website* Niuniq bukan mengenai proses bisnis secara lengkap di Niuniq.

- d. Dalam penelitian ini tidak membahas tentang aktor admin, desain jaringan dan infrastruktur pada Niuniq.
- e. Tidak ada kategori toko yang ditampilkan pada *website* Niuniq.
- f. Tidak ada tampilan halaman profil toko pada sisi pembeli.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti lain yang bergerak dalam sistem informasi pendidikan tinggi, penelitian ini bermanfaat untuk menjelaskan pendekatan yang paling tepat dalam membangun *website* Niuniq.
- b. Memudahkan peserta UMKM untuk memutakhirkan sistem UMKM menjadi berbasis *digital*.
- c. Memudahkan peserta UMKM untuk memeriksa produk mana saja yang asli pada masing-masing UMKM beserta informasinya.
- d. Memudahkan peserta UMKM untuk meningkatkan nilai produknya dengan menggunakan *website* Niuniq.