

BAB I PENDAHULUAN

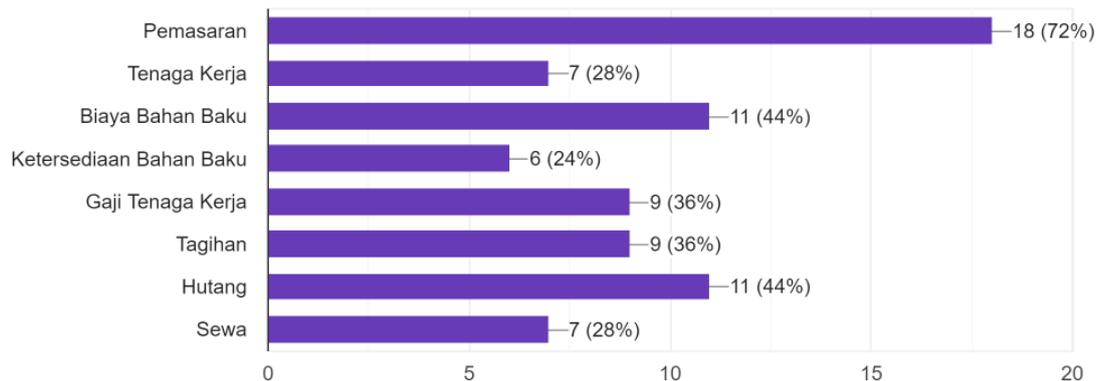
I.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan teknologi di Indonesia semakin pesat, begitu juga dengan perkembangan UMKM di Indonesia. Menurut *kominfo.go.id* (2022) jumlah pelaku UMKM di Indonesia pada tahun 2022 mencapai lebih dari 64 juta. Namun pada tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap PDB hanya mencapai 64 persen dan kontribusi pada ekspor hanya mencapai 14 persen. Angka ini menunjukkan bahwa masih ada potensi yang bisa digali dari UMKM dengan memanfaatkan teknologi, terutama teknologi digital. Dengan memanfaatkan teknologi digital, maka UMKM dapat memasarkan produknya lebih baik dan membuat UMKM dapat berkembang serta memenuhi pasar dalam negeri dan ekspor.

Dari survei yang dilakukan oleh tim “Mitra.ID” tentang apa saja kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM, didapatkan hasil sebagai berikut

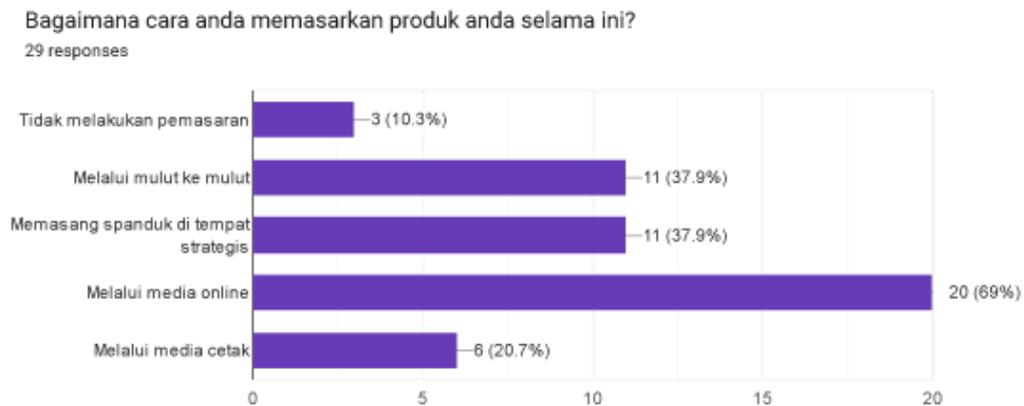
Apa saja kendala anda selama menjadi pelaku UMKM?

25 responses



Gambar I-1 Hasil survei: tentang kendala selama menjadi pelaku UMKM

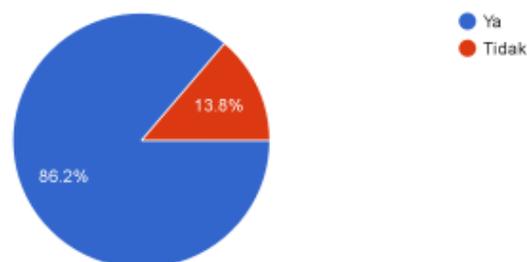
Berdasarkan hasil survei dari 25 responden, sebanyak 18 atau 72% responden menunjukkan bahwa pemasaran adalah kendala yang paling sering dialami oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, tim melanjutkan survei tentang bagaimana para pelaku UMKM melakukan pemasaran produknya, dari hasil survei yang didapat, masih banyak pelaku UMKM yang melakukan pemasaran secara *offline* atau bahkan tidak melakukan pemasaran sama sekali. Berikut hasil survei yang dilakukan dapat dilihat pada gambar I-2



Gambar I-2 Hasil survei: cara pemasaran produk pelaku UMKM

Pada gambar I-2 menunjukkan bahwa 69% pelaku UMKM sudah melakukan pemasaran produk mereka menggunakan media *online*, dan hal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM sudah memiliki kesadaran untuk memanfaatkan media *online* yang ada sebagai saran pemasaran produk mereka. Hal ini membuat tim “Mitra.ID” merasa penggunaan media *online* memiliki potensi yang besar bagi pertumbuhan usaha para pelaku UMKM, hal ini dapat dilihat dari hasil survey pada gambar I-3

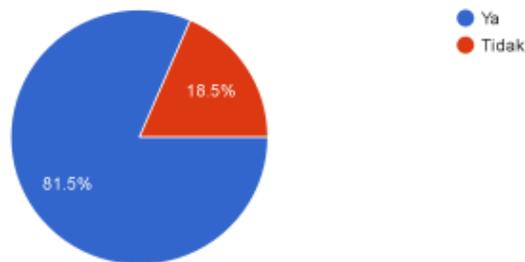
Jika ada media kerja sama antara UMKM dan Reseller, apakah anda tertarik untuk memasarkan produk anda disana?
29 responses



Gambar I-3 Hasil survei: apakah pelaku UMKM tertarik dengan media kerja sama antara UMKM dan *Reseller*

Berdasarkan hasil survei, dapat kita lihat 86,2% responden menyatakan ketertarikannya terhadap media kerja sama antar UMKM dan *Reseller*. Tidak hanya survey terhadap pelaku UMKM, tetapi tim “Mitra.ID” juga melakukan survey kepada masyarakat tentang minatnya untuk berjualan yang dapat kita lihat pada gambar I-4

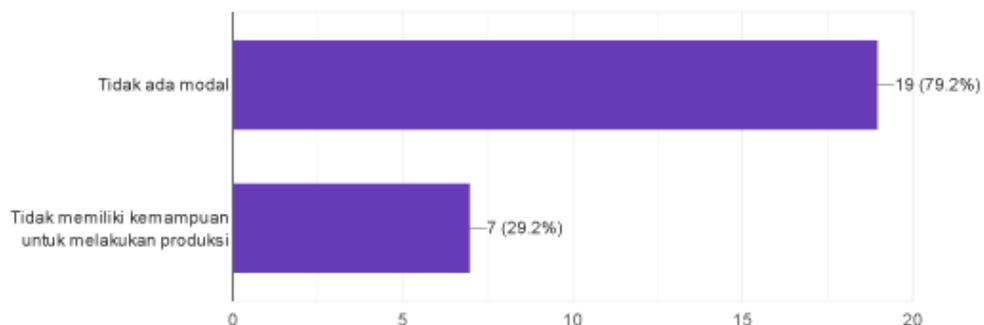
Apakah anda tertarik untuk membuka usaha? (Contohnya: seperti berjualan)
27 responses



Gambar I-4 Hasil survei: minat masyarakat untuk membuka usaha

Pada gambar I-4 dapat kita lihat 81.5% responden menyatakan ketertarikannya untuk membuka usaha, tapi masih belum melakukannya dikarenakan beberapa kendala, seperti yang dapat kita lihat pada gambar I-5

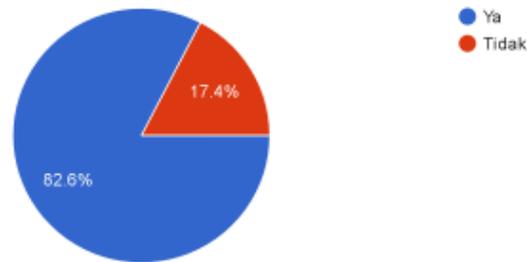
Apa yang menyebabkan anda belum memulainya?
24 responses



Gambar I-5 Hasil survei: penyebab kenapa belum mulai melakukan usaha

Dari hasil survei pada gambar I-5 dapat kita lihat, alasan utama responden tidak memulai usaha adalah dikarenakan tidak mempunyai modal dan diikuti oleh ketidakmampuan untuk melakukan produksi.

Jika ada media kerja sama antara UMKM dan Reseller, apakah anda setuju?
23 responses



Gambar I-6 Hasil survei: apakah responden setuju jika ada media kerja sama antara UMKM dan *reseller*

Pada gambar I-6 dapat kita lihat 82.6% responden menyatakan perstujuannya akan media kerja sama antara UMKM dan *reseller*, dan bersamaan dengan hasil survei terhadap pelaku UMKM pada gambar I-3 yang dimana 86.2% pelaku UMKM setuju untuk memasarkan produknya.

Dalam perancangan *website* Mitra.ID, terbagi menjadi dua aktor, yaitu aktor UMKM dan aktor *reseller* dimana berfokus pada aktor *reseller*. *Reseller* adalah aktor yang berperan penting pada Mitra.ID karena aktor inilah yang akan memasarkan produk-produk dari aktor UMKM.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, Mitra.ID hadir untuk membantu masyarakat, terutama UMKM untuk mencapai kerja sama yang saling menguntungkan kepada masyarakat yang berniat untuk menjadi *reseller*. Dalam hal ini, Mitra.ID dapat menjadi solusi kepada masyarakat yang ingin berjualan namun tidak memiliki modal yang cukup maupun kemampuan untuk memproduksi produk. Mitra.ID menjadi solusi sehingga masyarakat yang ingin berjualan dapat menjadi *reseller* dan mencari mitra yang sesuai dengan preferensi masing-masing *reseller*. Mitra.ID merupakan *startup* layanan online

yang berfungsi untuk menjadi jembatan penghubung terjadinya kerja sama antara UMKM dan *reseller* di Indonesia.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dapat kita rumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana perancangan fitur *reseller* yang baik untuk mendukung performa *website* Mitra.ID?
2. Bagaimana implementasi metode *iterative incremental* dalam proses pengembangan *website* Mitra.ID?
3. Bagaimana hasil pengujian *website* Mitra.ID menggunakan metode pengujian *BlackBox Testing*?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan *website* Mitra.ID fitur *reseller* agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya untuk menunjang berjalannya *website*.
2. Mengetahui bahwa metode *iterative incremental* dapat digunakan untuk mendukung penelitian *website* Mitra.ID khususnya dalam perancangan dan pengembangan.
3. Mengetahui bahwa pengujian menggunakan *BlackBox Testing* dapat digunakan untuk mendukung penelitian *website* Mitra.ID khususnya dalam pengujian dan evaluasi.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Website* ini dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan framework Laravel, metode *iterative incremental*, serta DBSM(*DataBase Management System*) MySQL.

I.5 Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dalam penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat secara Teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi contoh acuan untuk penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wawasan bagi pembaca.
2. Manfaat secara praktis, diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat Indonesia terutama pelaku UMKM dan masyarakat yang ingin menjadi *reseller* serta bagi pemerintah Indonesia dalam mendukung program UMKM GoDigital.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan proposal TA:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah pada penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas mengenai uraian tentang alur piker dan perkembangan keilmuan topik kajian serta membahas literature yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi uraian kerangka pemecahan masalah dan sistematika pemecahan masalah pada penelitian

Bab IV Analisis dan Perancangan

Pada bab ini berisi uraian analisis dan rancangan terhadap permasalahan penelitian berdasarkan metode user-centered design.

Bab V Hasil dan Evaluasi

Pada bab ini berisi hasil rancangan dari solusi desain serta hasil evaluasi testing yang diujikan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan berdasarkan penelitian dan saran yang didapatkan dari penelitian ini.