

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Begitu besarnya minat masyarakat terhadap perdagangan melalui internet, tentu menjadi sebuah peluang untuk dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha, baik dalam segi pemasaran, maupun juga sebagai pedoman dalam membuat strategi dalam perdagangan (Lesmana dkk., 2018). Data dalam internet telah menjadi sebuah alat penelitian yang berharga untuk dijadikan sebagai rujukan informasi penelitian bagi konsumen dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian (Secur 2020). Dengan banyaknya data pada internet yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen, hal tersebut dapat menjadi sebuah dasar bagi para pelaku usaha agar dapat memanfaatkan data yang terdapat pada internet sebagai acuan dari bisnis yang dimiliki dan solusi bagi pelaku usaha yang kesulitan untuk menemukan inovasi bisnis.

Penentuan strategi melalui internet berlaku terhadap semua jenis usaha, baik itu usaha yang berskala besar, maupun usaha yang berada dalam lingkup UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Data dapat diolah untuk dapat membuat strategi dalam pengembangan produk, di antaranya adalah data produk yang diinginkan dengan hasil penjualan terbaik, serta adanya perbandingan dari harga produk yang dicari (Deviacita dkk., 2019). Mengolah data yang terdapat di internet dapat menjadi gambaran bagi pelaku usaha, dalam menyusun strategi bisnisnya dan memberikan keputusan terbaik untuk produk yang mereka miliki.

Begitu pentingnya pemanfaatan data yang terdapat pada internet termasuk dalam dunia usaha dapat menjadi bekal bagi pelaku usaha dalam perancangan strategi bisnisnya (Tayibnapi dkk., 2019). Hal tersebut juga menjadi penting untuk pelaku usaha UMKM, karena UMKM telah menjadi bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Peran dan kontribusi UMKM sangat besar, tidak hanya dalam penyerapan tenaga kerja yang melebihi 90%, namun juga kontribusinya bagi PDB Indonesia yang lebih dari 50% (Herleni dkk., 2019). Dengan besarnya potensi yang dimiliki oleh UMKM menjadikannya sebagai tonggak utama dalam perekonomian bangsa. Dengan besarnya potensi tersebut

UMKM harus senantiasa mendapatkan perhatian dalam segi strategi bisnis, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor bisnis lainnya.

Dari banyaknya bisnis UMKM yang ada, terdapat salah satu potensi UMKM yang ada di Desa Cibiru Hilir yaitu UMKM Telur Asin Desa Cibiru Hilir (Supriadi, 2022). Dengan adanya sentra telur asin di lingkungan Desa Cibiru Hilir dapat menjadi sebuah potensi untuk memajukan masyarakat yang berada di lingkungan desa tersebut. Terlepas dari potensi yang dimiliki Desa Cibiru Hilir, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan UMKM telur asin Desa Cibiru Hilir juga memiliki beberapa kendala dalam strategi bisnis mereka. Sehingga menyebabkan beberapa dari pengrajin telur asin tersebut mengalami kebangkrutan dan tidak dapat melanjutkan usahanya.

Melihat masalah yang dialami oleh UMKM Telur Asin Desa Cibiru Hilir, diperlukan sebuah langkah maupun inovasi dari bisnis mereka agar dapat bersaing dengan berbagai kompetitor yang memiliki produk serupa. Dimana untuk saat ini UMKM Telur Asin Desa Cibiru Hilir masih menggunakan metode tradisional untuk penentuan strategi bisnis dengan data yang diperoleh terbatas dan kurang menunjang. Diperlukan bantuan teknologi supaya penentuan strategi dapat lebih efisien dengan cakupan yang luas (Tayibnapis dkk., 2019). Perlu adanya sebuah analisis untuk mengetahui apa saja produk inovasi maupun strategi dari bisnis pesaing untuk dapat diterapkan terhadap bisnis yang sedang dijalani. Terdapat berbagai metode yang dapat digunakan untuk dapat melihat strategi bisnis pesaing. Salah satu cara yang dapat dimanfaatkan, di antaranya adalah menggunakan metode *web scraping* untuk mendapatkan data dari sebuah situs web yang diinginkan. Menurut Khder (2021) *web scraping* adalah teknik untuk mengubah data pada web yang tidak terstruktur menjadi terstruktur, data yang dapat disimpan dan dianalisis dalam *database* pusat atau *spreadsheet*. Dengan teknik *web scraping* dapat memudahkan pelaku bisnis untuk dapat menganalisis pesaingnya dengan lebih efektif dan efisien. *Web scraping* banyak digunakan di berbagai industri yang dapat digunakan untuk menentukan harga dan biaya produksi dengan menilai data yang telah dikumpulkan.

Web scraping menjadi strategi yang luar biasa untuk mendapatkan sebuah substansi pada situs web yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis (Thomas

dan Mathur, 2019). Dengan mendapatkan sebuah substansi web yang diinginkan dapat memudahkan dalam pengaturan strategi bisnis maupun membuat strategi yang tepat dalam beriklan. Untuk mendapatkan data yang lebih akurat, *web scraping* yang dapat digunakan salah satunya melalui pencarian data melalui situs penjualan *marketplace*. Terdapat banyak *marketplace* yang populer di Indonesia, di antaranya adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, BukaLapak, dll. *Marketplace* yang begitu banyak menjadikannya memiliki data yang berlimpah yang dapat diambil melalui teknik *web scraping*.

Penelitian ini dapat menjadi sebuah kontribusi bagi pelaku usaha UMKM Telur Asin Desa Cibiru Hilir. Dimana akan diberikan rekomendasi untuk inovasi produk berdasarkan kata kunci terbanyak pada *marketplace*, yaitu Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada. Selanjutnya akan diberikan rekomendasi mengenai penetapan harga produk dan juga memberikan data mengenai signifikansi dari data harga dan *rating* produk yang diperoleh menggunakan regresi linier berganda sebagai acuan dalam pengembangan produk. Diharapkan dalam penelitian ini akan memberikan gambaran dan juga acuan bagi pengrajin Telur Asin UMKM Desa Cibiru Hilir dalam mengembangkan produk usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini di antaranya adalah :

1. Bagaimana mengidentifikasi data pada *marketplace* yang digunakan untuk rekomendasi analisis strategi bisnis menggunakan teknik *web scraping*
2. Bagaimana pengaruh yang didapat terhadap strategi penjualan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda
3. Bagaimana menyusun rekomendasi terhadap strategi penjualan bisnis UMKM

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk memberikan rekomendasi mengenai strategi bisnis untuk UMKM Telur Asin Desa Cibiru Hilir. Adapun tujuan berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan,. Disusun tujuan untuk menjawab masalah – masalah spesifik sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi data pada *marketplace* hasil dari pengambilan *web scraping* sebagai dasar rekomendasi dalam strategi bisnis

2. Mengevaluasi pengaruh yang telah didapatkan dari hasil pengolahan data menggunakan teknik regresi linear berganda
3. Memberikan rekomendasi bisnis terhadap UMKM untuk dijadikan sebagai strategi bisnis

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang didapatkan dari penelitian ini di antaranya adalah:

- a. Bagi UMKM
Mengetahui bagaimana cara membuat strategi bisnis yang harus dilakukan guna meningkatkan kualitas produk dan kuantitas penjualan melalui hasil data *web scraping* yang telah didapatkan melalui analisis regresi linear berganda.
- b. Bagi Penulis
Penelitian ini dapat menjadi ilmu pengetahuan dan pengalaman baru bagi penulis, dimana dapat mengimplementasikan teknik *web scraping* yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai cara mendapatkan data yang berguna untuk karier di masa yang akan datang.
- c. Bagi Pemerintah
Menjadi sarana untuk memajukan UMKM dan diharapkan dapat menambah kesejahteraan pelaku UMKM di Desa tersebut
- d. Bagi Konsumen
Mendapatkan produk yang lebih sesuai dengan keinginan yang diminati pasar, sehingga kepuasan konsumen lebih dapat ditingkatkan

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat batasan penelitian, dimana data yang diambil terbatas ke dalam empat komponen, yaitu nama produk, harga produk, *rating* produk, dan juga seberapa banyak produk terjual. Dimana dalam penelitian ini, data produk diambil dari tiga *marketplace*, yaitu Tokopedia, Lazada, dan BukaLapak. Selanjutnya untuk metode pengambilan data pada penelitian ini dibatasi dengan metode *parsing html* menggunakan *beautifulsoup* dan *selenium*.

Kata kunci yang digunakan dalam *web scraping*, kali ini terbatas ke dalam satu kata kunci pencarian yaitu produk yang memiliki kata kunci telur asin.

Selanjutnya untuk analisis penentuan harga dan analisis regresi terbatas pada data dari lima kata terbanyak pada hasil *web scraping*.

1.6 Struktur Organisasi

Struktur organisasi penulisan skripsi didasarkan pada Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah UPI tahun 2019 yaitu sebagai berikut:

a. Bab I : Pendahuluan

Pada Bab I ini disampaikan struktur pendahuluan yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi

b. Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini akan menjelaskan mengenai Penelitian terdahulu, UMKM, *Website*, *Web Scraping*, dan Regresi Linier Berganda

c. BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai Desain Penelitian, Partisipan, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Prosedur Penelitian, dan Analisis Data

d. BAB IV Temuan dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan mengenai temuan dan pembahasan penelitian yang didasarkan pada rumusan penelitian

e. Bab V : Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab ini menjelaskan simpulan penelitian yang berisikan uraian padat dari hasil penelitian yang dilakukan dan implikasi serta rekomendasi bagi pembaca