

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi pada era revolusi industri 4.0 saat ini sudah tidak dapat dipisahkan dari berbagai sektor kehidupan, mulai dari bisnis, pendidikan, kesehatan dan sektor lainnya. Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kemajuan teknologi ini dapat menjadi momen untuk maju lebih baik lagi dengan berbagai inovasi yang berhubungan dengan perkembangan teknologi, agar dapat tetap terus bertahan dan tidak tergerus laju perkembangan zaman. Menurut (Tri.S. & Edwin.D., 2017) melalui ilmu dan teknologi terutama teknologi informasi dan komunikasi UMKM dapat mempersiapkan diri dan menjawab tantangan perkembangan zaman baik dari sisi sumber daya manusia, pengelolaan usaha, pemanfaatan peralatan dan strategi bisnis yang tepat. Salah satu sistem yang dapat dikembangkan dalam UMKM adalah dengan pengembangan sistem informasi yang dapat membantu mengelola penjualan, pemasaran, sekaligus meningkatkan relasi serta dapat dengan mudah menjangkau pelanggan.

Mahugi Tea merupakan brand produk teh dibawah PT Brillant Avenir Herb di bawah binaan Kementerian Perdagangan Indonesia pada tahun 2023 dan terdaftar di Smesco Indonesia. Saat ini Mahugi Tea sedang membangun sebuah brand dan citra merk yang mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, salah satunya mengadopsi sistem informasi dan digitalisasi produk untuk mempromosikan produk melalui platform digital. Proses digitalisasi telah mendorong banyak UMKM untuk mempromosikan produk dan layanan mereka melalui platform digital, menggunakan gambar, video, dan membuat toko online di marketplace untuk memudahkan akses pelanggan.

Namun, belum semua UMKM sepenuhnya mengadopsi digitalisasi termasuk Mahugi Tea karena menghadapi beberapa tantangan dalam beradaptasi dengan era digital. Salah satu tantangan adalah pemasaran produk. UMKM perlu membangun citra merek yang kuat untuk bersaing dengan yang lain, namun keterbatasan sumber daya keuangan membuat sulit untuk mengalokasikan dana untuk kegiatan pemasaran. Tantangan lainnya adalah akses keuangan. Menurut survei Bank

Nur Putri Erviani, 2023

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI E-COMMERCE "MAHUGI TEA" BERBASIS WEBSITE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Indonesia, 69,5% UMKM belum menerima pinjaman, yang disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan di kalangan UMKM. Di sisi lain, lembaga keuangan juga menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan UMKM. Selain itu, transaksi manual sering kali tidak memiliki pencatatan yang lengkap, sehingga laporan keuangan menjadi tidak akurat. Padahal, laporan keuangan yang teratur membantu pengusaha dalam mendapatkan layanan keuangan yang lebih komprehensif, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Tantangan lainnya termasuk kurangnya infrastruktur digital yang andal, keterbatasan keterampilan dan pengetahuan digital di kalangan pemilik UMKM dan karyawan, serta kekhawatiran terkait keamanan dalam melindungi aset digital. Digitalisasi memberikan beberapa manfaat bagi UMKM di Indonesia. Pertama, meningkatkan penjualan dengan memperluas jangkauan pemasaran dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Kedua, meningkatkan efisiensi operasional dengan menggunakan alat dan perangkat lunak digital yang mempermudah tugas-tugas yang sebelumnya memakan waktu dan tenaga. Terakhir, digitalisasi membantu UMKM mengurangi biaya operasional dengan menggunakan strategi pemasaran online yang lebih hemat biaya daripada promosi tradisional. Secara keseluruhan, digitalisasi memberikan banyak manfaat bagi UMKM, termasuk peningkatan penjualan, peningkatan efektivitas operasional, perluasan pasar, dan pengurangan biaya operasional.

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas sistem informasi penjualan barang berbasis web dan dapat membantu mengurangi kesalahan yang sering terjadi dalam sistem konvensional, serta dapat mempermudah proses pendataan karena setiap proses terintegrasi dan data dapat tersimpan dalam database yang terkomputerisasi (Isabel et al, 2019) dan *E-commerce* dapat mempermudah customer agar dapat melihat produk secara langsung dan dapat memutuskan pembelian dengan cepat (Gatot et al, 2019). Namun penelitian terdahulu tersebut belum terintegrasi dengan ongkos kirim ke seluruh Indonesia dalam proses pembelian produk sehingga dirasa masih kurang efektif. Penelitian ini akan dibuat dengan mengintegrasikan ongkos kirim beserta *e-commerce* untuk mendapat hasil yang maksimal bagi Mahugi Tea.

Berdasarkan permasalahan tersebut untuk mengatasi tantangan digitalisasi UMKM Mahugi Tea, perlu dibuatkan sebuah sistem informasi *e-commerce* yang ditujukan untuk UMKM Mahugi Tea dengan judul penelitian **“Rancang Bangun Sistem Informasi *E-commerce* Mahugi Tea Berbasis Website”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang dan membangun sistem informasi *e-commerce* berbasis website untuk Mahugi Tea?
2. Bagaimana uji kelayakan media rancang bangun sistem informasi *e-commerce* berbasis website untuk Mahugi Tea?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun dan merancang dan membangun sistem informasi informasi *e-commerce* untuk Mahugi Tea.
2. Mengetahui uji kelayakan media sistem informasi *e-commerce* Mahugi Tea.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, berkontribusi terhadap teori Sistem Informasi: Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori Sistem Informasi dalam konteks pengembangan toko online.
2. Bagi pemilik mahugi, sebagai efisiensi manajemen operasional: Sistem informasi penjualan produk secara online dapat membantu Mahugi Tea dalam mengelola dan memonitor proses transaksi, mengelola stok, dan memperoleh data penjualan yang relevan. Hal ini memudahkan manajemen dalam mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi yang akurat dan terkini.
3. Bagi peneliti, menjadi rujukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan rancang bangun sistem informasi *E-commerce* berbasis website.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penelitian berperan sebagai pedoman dalam penelitian agar penelitian lebih jelas dan terarah, untuk itu pada penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian bab, Adapun struktur organisasi penelitian “Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Website (Studi Kasus: Mahugi Tea)” sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN
Memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta struktur organisasi penelitian.
2. BAB II KAJIAN PUSTAKA
Memuat landasan teori, konsep, dan model penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN
Memuat metode dan desain penelitian, langkah-langkah penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, serta analisis data.
4. BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN
Memuat temuan penelitian dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.
5. BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI
Memuat rangkuman serta rekomendasi dari seluruh rangkaian penelitian hingga hasil temuan dalam penelitian.