

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya perekonomian negara, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami perkembangan yang pesat. Akan tetapi, adanya kesepakatan *Asean China Free Trade Area* (ACFTA) yang ditandatangani sejak 2004, menimbulkan kekhawatiran berbagai pihak karena perdagangan bebas dengan China secara resmi diberlakukan pada 1 Januari 2010. Melalui kesepakatan ini, barang-barang dari China dapat masuk ke seluruh negara ASEAN dengan bea masuk yang lebih kecil, begitu pula sebaliknya.

Menurut survei LSI, sebanyak 75,7 persen publik khawatir perdagangan bebas membuat pasar Indonesia dipenuhi produk China. Selain itu, 78,2 persen khawatir perdagangan bebas membuat perusahaan Indonesia gulung tikar akibat tidak mampu bersaing dengan produk China. (Anggraini Lubis, 2010. melalui: www.waspada.co.id).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memantapkan peran UMKM terutama mempertahankan pasar lokal. Salah satunya adalah dengan meningkatkan promosinya agar berbagai jenis produk yang dihasilkan UMKM dapat dikenal oleh konsumen.

Electronic Commerce (*e-commerce*) adalah proses penggunaan teknologi elektronik untuk melakukan perdagangan (*commerce*). Sedangkan *mobile commerce* merupakan sebuah bentuk *e-commerce* dengan media *mobile device*. *Mobile commerce* menyediakan kemudahan untuk mengakses informasi secara *online* melalui sebuah *mobile device*, menyediakan sarana transaksi secara *online*.

Dalam hal pemasaran, UMKM pada umumnya tidak punya sumber-sumber daya untuk mencari, mengembangkan atau memperluas pasar-pasar mereka sendiri. Sebaliknya mereka sangat tergantung pada mitra dagang mereka untuk memasarkan produk-produk mereka atau tergantung pada konsumen yang datang

Rahmandani, 2012
Implementasi Algoritma Apriori Pada Mobile Commerce Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

langsung ke tempat produksi mereka. (T.Tambunan,2009:75). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Agustine Eva M.S berjudul “Persepsi Penggunaan Aplikasi Internet Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Menengah” , disebutkan bahwa *e-commerce* berpeluang mengembangkan pemasaran Usaha Kecil dan Menengah(UKM) yang merupakan bagian dari UMKM. Artinya *e-commerce* dapat dipergunakan sebagai media untuk menyebarluaskan produk UKM beserta seluruh atributnya. Dengan demikian pengembangan pemasaran produk UKM tersebut dapat tercapai dengan kemampuannya untuk menjangkau pasar lebih luas. Secara garis besar penelitian ini dapat menggambarkan bahwa pada umumnya UMKM dapat menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan produknya.

Dapat dikatakan UMKM membutuhkan *e-commerce* yang mampu memasarkan produk-produk UMKM sehingga menambah cakupan pemasarannya. Teknologi yang dapat digunakan adalah dengan pemanfaatan *mobile commerce* sehingga pengelolaan iklan dapat dilakukan dari melalui *mobile device* dan berdaya jangkau luas.

Salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran adalah dengan menggunakan iklan. Tujuan dari penggunaan iklan ini dapat merangsang konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Adapun cara-cara yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan penggunaan iklan, berupa merekomendasikan iklan kepada seorang pembeli, dengan perhitungan peluang dimana pembeli tersebut memiliki kecenderungan untuk membeli produk karena sebelumnya ada orang lain yg memiliki kemiripan membeli seperti pembeli tersebut.

Algoritma apriori merupakan algoritma data mining yang menerapkan *support* dan *confidence* untuk menghitung kemunculan barang yang akan dibeli didasarkan pada transaksi sebelumnya. Pada implementasinya, algoritma apriori digunakan untuk memberikan sebuah stimulasi berupa barang yang belum pernah dibeli oleh konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara membangun *mobile commerce* UMKM?
2. Bagaimana algoritma apriori dapat diterapkan pada *mobile commerce* UMKM?
3. Bagaimana pengaruh atribut produk dan persepsi harga dari produk *e-commerce* terhadap keputusan pembelian menurut responden?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengembangkan *mobile commerce* UMKM .
2. Menerapkan algoritma Apriori pada *mobile commerce* UMKM.
3. Menemukan seberapa jauh pengaruh atribut produk dan persepsi harga pada keputusan membeli produk *e-commerce*.

1.4 Batasan Masalah

Dalam pembuatan skripsi ini, diterapkan beberapa batasan masalah yaitu:

1. Proses pembayaran terhadap transaksi pembayaran menggunakan simulasi *Payment Gateway* menggunakan sistem *voucher* yang tidak melibatkan sistem keamanan lebih lanjut.
2. Komoditi perdagangan yang digunakan dalam sistem adalah barang yang diekspor oleh UMKM.
3. Perangkat lunak dibangun menggunakan PHP dan MySQL.
4. Menggunakan *mobile web browser* yang mendukung *javascript*
5. Tidak menggunakan jasa pengiriman pada aplikasi.

1.5 Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Tahap pengumpulan data

2. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

a. Studi Literatur

Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan literatur, jurnal, *browsing internet*, berita dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan topik baik berupa *textbook* atau *paper*.

b. Kuesioner

Melakukan kuesioner guna memperoleh informasi mengenai faktor adanya keterkaitan faktor atribut produk dan persepsi harga terhadap keputusan membeli barang *e-commerce*.

1.6 Tahap Pembuatan Perangkat Lunak

Teknik analisis data dalam pembuatan perangkat lunak menggunakan paradigma perangkat lunak secara *waterfall* seperti tercantum pada gambar 1.1, yang meliputi beberapa proses diantaranya:

a. *System / Information Engineering*

Merupakan bagian dari sistem yang terbesar dalam pengerjaan suatu proyek, dimulai dengan menetapkan berbagai kebutuhan dari semua elemen yang diperlukan sistem dan mengalokasikannya kedalam pembentukan perangkat lunak.

b. *Analisis*

Merupakan tahap menganalisis hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan proyek pembuatan perangkat lunak.

c. *Design*

Tahap penerjemahan dari data yang dianalisis kedalam bentuk yang mudah dimengerti oleh user.

d. *Coding*

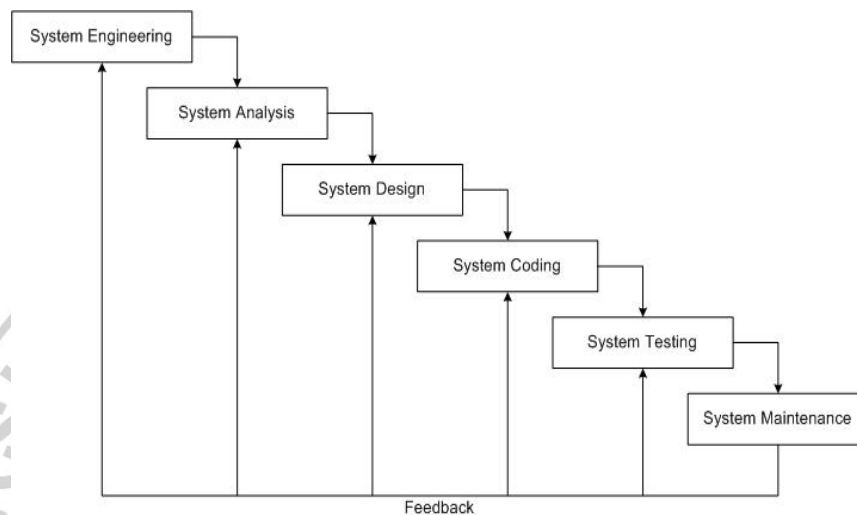
Tahap penerjemahan data atau pemecahan masalah yang telah dirancang kedalam bahasa pemrograman tertentu.

e. Pengujian

Merupakan tahap pengujian terhadap perangkat lunak yang dibangun.

f. *Maintenance*

Tahap akhir dimana suatu perangkat lunak yang sudah selesai dapat mengalami perubahan-perubahan atau penambahan.



Gambar Error! No text of specified style in document..1 Model Waterfall

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum tentang perangkat lunak yang akan dibuat. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan beberapa hal yaitu, landasan teori seperti pengertian *mobile commerce*, algoritma apriori dan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan kuesioner.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang analisis sistem, desain penelitian, perancangan sistem, langkah-langkah kuesioner, pengujian kuesioner dan pengujian perangkat lunak.

BAB IV IMPLEMENTASI

Pada bab ini diuraikan tentang lingkungan implementasi algoritma, implementasi antar muka dan pengujian kuesioner.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diajukan agar dapat menjadi bahan pertimbangan pada penelitian selanjutnya.

