

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di Indonesia, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu isu terpenting dalam pembangunan ekonomi negara. Sebab, selain UKM merupakan komponen utama perekonomian nasional, tujuannya adalah untuk mengurangi kesenjangan antara kelompok pendapatan dan pelaku ekonomi. Saat ini masyarakat di Indonesia masih kesulitan untuk mengetahui dan memesan produk dari UKM. Di sisi lain, kendala yang sering dihadapi berbagai UKM di Indonesia adalah keterbatasan kemampuan memasarkan produknya. (Purbohastuti & Aribowo, 2019)

Cara pemasaran produk UMKM yang disediakan oleh pemerintah Indonesia masih belum maksimal, yaitu hanya terbatas pada sentra UMKM di setiap kota yang ada. Hal ini menjadi penyebab utama pemasaran produk UMKM, dimana pemasaran UMKM seharusnya tidak hanya terbatas dapat dilakukan di dalam kota, namun juga dapat dilakukan pemasaran hingga antar-kota yang ada di Indonesia atau bahkan menjadi produk ekspor yang dapat meningkatkan penghasilan negara. Oleh karena itu, agar UMKM dapat menghadapi perubahan yang terjadi pada era digital saat ini, UMKM harus mulai bersaing seperti perusahaan-perusahaan besar. Adapun salah satu strateginya adalah melebarkan sayap pemasaran dengan cara turut melakukan penjualan produk secara *online*. (Setiawan et al., 2018)

Pendapatan nasional untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah harus terus ditingkatkan. Pembukaan lapangan pekerjaan bagi (96,87%), UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh, UMKM berkontribusi dalam PDB mencapai 60,34% pada 2017. Dapat diingat kembali porsi ekspor di Indonesia mencapai 15,7%, kontribusi ini masih dapat ditingkatkan. Pengalaman bahwa UMKM dapat bertahan saat krisis ekonomi yang terjadi pada 1998 dan 2012 dengan krisis pertumbuhan. (Alfrian & Pitaloka, 2020)

Seiring dengan perkembangan teknologi dan pesatnya perkembangan aplikasi mobile berbasis Android. Jadi untuk memecahkan masalah yang ada dengan memberikan informasi yang relevan sesuai pendaftaran koordinat lokasi

pusat industri yang terintegrasi dengan Google Maps, memudahkan pengguna untuk menemukan lokasi terdekat. Selain itu, platform Android memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi melalui telepon genggam. Jadi saat bepergian ke tempat yang tidak diketahui, tidak perlu khawatir tersesat. Teknologi ini memungkinkan kita menemukan suatu tempat dan pergi ke sana hanya dengan mengikuti peta jalan yang selalu tersedia di perangkat atau smartphone.(Widiastuti & Tamrin, 2020)

Dengan hadirnya teknologi, salah satunya bidang informasi, tentunya akan memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan maupun menyelesaikan segala tugas yang ada. Penerapan teknologi dapat mengimplementasikan sistem informasi agar tingkat efisiensi mengalami peningkatan. Namun, pada kenyataannya, masih banyak UMKM yang menggunakan cara konvensional untuk melakukan proses input data yang tidak efisien.(Agusti, 2022)

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam pemasaran produk, terutama dalam memasarkan ke berbagai kota.
2. Masyarakat di Indonesia masih kesulitan untuk mencari produk dari UKM.
3. Pada penelitian terdahulu belum dapat membantu dalam mengarahkan ke lokasi UMKM dan beberapa media sosial yang digunakan para pelaku UMKM.

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada aplikasi tersedia form untuk menambahkan produk UMKM, dengan mengisi data-data UMKM nya agar dapat dipasarkan ke dalam aplikasi.
2. Terdapat fitur seperti category dan search dalam mempermudah dan mempersingkat pencarian UMKM yang ingin dituju.

3. Pada aplikasi terdapat button yang dapat membantu mengarahkan ke koordinat lokasi UMKM dan melihat media sosial yang digunakan pelaku UMKM.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Aplikasi ini berguna dalam memudahkan dan mengetahui informasi produk UMKM yang tersedia.
2. Dapat menghemat pengeluaran biaya dalam memasarkan produk UMKM serta pengguna lebih efisien dalam mencari informasi.
3. Dapat membantu memasarkan produk UMKM dalam jangkauan yang lebih luas.

I.5 Batasan Masalah

Dalam hal ini, pernyataan harus dibatasi untuk memudahkan pembahasan agar fokus pada pertanyaan yang diteliti sehingga pertanyaan yang dibahas memiliki tujuan dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Aplikasi E-UMKM diperuntukan bagi pelaku UMKM dan masyarakat umum sebagai jembatan pemasaran. Bagi pelaku UMKM, aplikasi dapat berfungsi sebagai sarana pemasaran produk yang dimiliki. Sedangkan bagi masyarakat, aplikasi dapat membantu dalam melakukan pencarian produk yang dihasilkan oleh UMKM. Metode yang digunakan adalah pengembangan *database* aplikasi menggunakan *Firestore* dan aplikasi menggunakan bahasa pemrograman *Dart*. Lokasi yang diteliti pada materi ini hanya di wilayah Bogor. Saat memperbarui produk, aplikasi tidak dapat diperbarui secara otomatis, tetapi harus dilakukan secara manual. Aplikasi hanya berfokus dari sisi user dan pelaku UMKM.