

BAB I

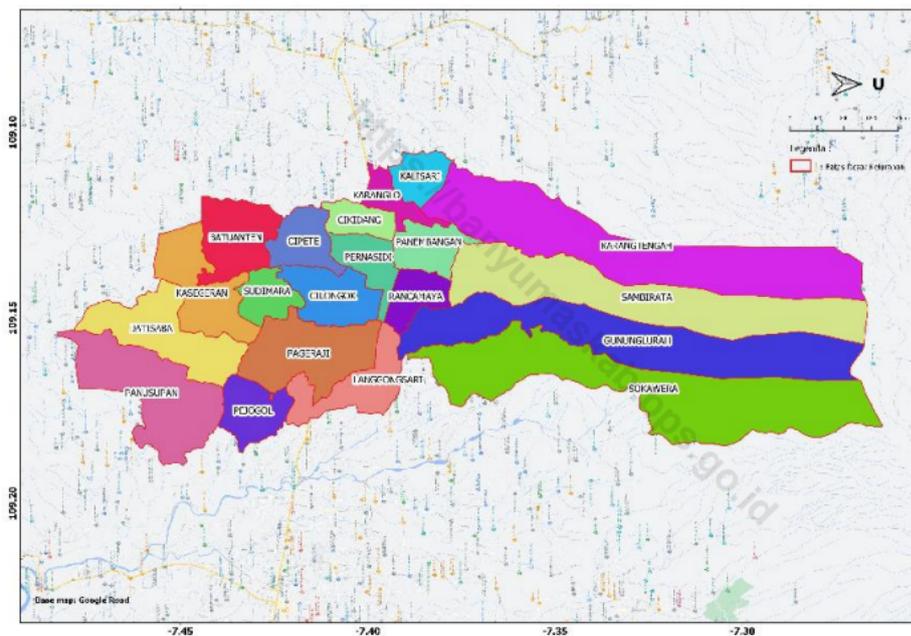
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era pandemi saat ini menyebabkan penggunaan teknologi informasi menjadi hal yang tidak asing lagi di temui di semua kalangan, baik itu kalangan pekerja kantoran, pelaku usaha bisnis hingga ke dunia pendidikan pun menerapkan teknologi informasi. Padahal teknologi informasi dulunya bukanlah kebutuhan utama dalam aktivitas kini berubah menjadi kebutuhan dasar di era pandemi saat ini. Pandemi ini juga berdampak pada sektor UMKM dilingkungan masyarakat. Dampak yang ditimbulkan lebih cenderung ke dampak yang negatif dimana dampak yang paling menonjol adalah menurunnya produksinya barang/jasa yang mengakibatkan dikurangnya jumlah dan jam kerja karyawan demi menyelamatkan keuangannya. Padahal UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sebuah terobosan baru yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional serta berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat [1]. Melihat hal tersebut membuat banyak perusahaan serta UMKM yang mulai berlomba-lomba melakukan banyak gebrakan baru di era pandemi demi menyelamatkan bisnis mereka, banyak dari mereka yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai jalan keluar dari permasalahan tersebut. Teknologi informasi adalah sarana dalam bentuk perangkat lunak maupun perangkat keras yang memiliki pengaruh dalam segala aspek kehidupan manusia saat ini, dimana dengan teknologi informasi manusia dapat berbagi informasi atau mencari informasi dan bahkan dengan teknologi informasi manusia dapat mengelola informasi sesuai dengan kebutuhannya [2].

Berdasarkan data dari *We are Social*, yang merupakan sebuah agensi digital marketing di Amerika, menyatakan bahwa sebanyak 93% pengguna internet di Indonesia melakukan pencarian barang atau jasa melalui online, 90% pengguna mengunjungi toko *online*, 37% pengguna melakukan transaksi *online* via

computer atau laptop, dan 76% pengguna lainnya melakukan transaksi *online* melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* [3]. Hal ini menunjukkan bahwa potensi belanja secara *online* dan penggunaan teknologi internet sebagai media untuk mempromosikan usaha cukup berkembang di Indonesia, namun masih banyak didapati para pelaku UMKM yang belum menggunakan teknologi *website* dalam mengembangkan bisnis mereka salah satunya adalah KUB Merci Cilongok. KUB Merci Cilongok merupakan Kelompok Usaha Bersama berlokasi di kompleks pasar sentra komoditi pernasidi Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.



Gambar 1.1 Peta Kecamatan Cilongok

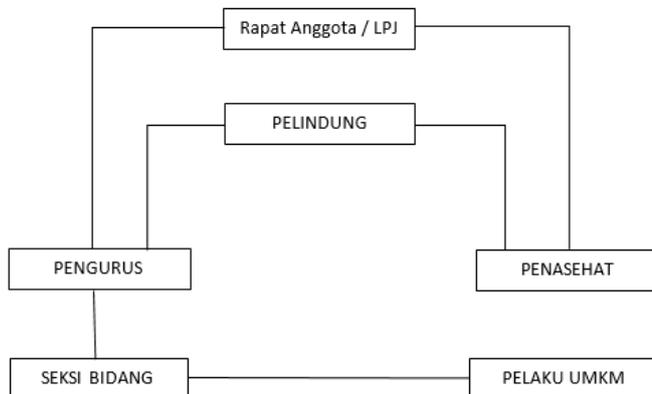
Gambar 1.1 (sumber : BPS Cilongok 2021) dapat dilihat bahwa secara geografis kecamatan cilongok terletak pada 17 km arah barat ibukota Kabupaten Banyumas (Kota Purwokerto) dengan luas wilayahnya 10534,11 hektare dimana luas kecamatan cilongok merupakan 7,93% dari total luas Kabupaten Banyumas yang didalamnya terdiri dari 20 desa didalamnya [4]. Kata Merci yang terdapat dalam nama KUB sendiri merupakan singkatan dari "Merajut Ekonomi Rakyat Cilongok Inovatif" yang kemudian dijadikan motto KUB Merci yang dapat dilihat

secara luas melalui logo KUB Merci pada Gambar 1.2 (sumber : katalog KUB Merci). Dalam menjalani aktivitasnya kelompok ini berpegang pada Visi dan Misi KUB Merci yaitu untuk Visi KUB Merci “Menjalin komitmen dalam berwirausaha“ dan untuk Misi KUB Merci terdapat 3 misi yaitu Mensejahterakan ekonomi pengurus dan anggota, Meningkatkan produktifitas anggota, Sehat Organisasi dan sehat usaha.



Gambar 1.2 Logo KUB Merci

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan dengan pengurus KUB Merci didapatkan informasi bahwa kelompok ini dibentuk pada tanggal 7 juni 2019 sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dan juga sebagai bentuk upaya mengatasi angka pengangguran yang ada di kecamatan cilongok dimana dalam kegiatannya KUB Merci mengutamakan peningkatan kesejahteraan bersama anggota KUB sesuai dengan Visi dan Misi KUB Merci. Dalam kepengurusannya KUB Merci memiliki 12 orang pengurus yang dapat dilihat strukturnya pada Gambar 1.3 (sumber : katalog KUB Merci) dengan ± 60 orang anggota di dalamnya.



Gambar 1.3 Struktur Organisasi KUB Merci

Kegiatan pemasaran produk selama ini KUB Merci masih melakukannya dengan cara manual dimana dalam memasarkannya melalui grup *chat* serta *story WhatsApp* dan *Facebook*. Lewat pemasaran produk manual yang dilakukan, KUB Merci mengalami perkembangan dari hari ke hari namun belum mendapatkan target yang diinginkan dikarenakan target pasar yang belum luas dari KUB Merci. Oleh karena itu untuk mendapatkan target pasar yang luas perlu dilakukan pemanfaatan teknologi informasi didalamnya [5]. Sehingga KUB Merci mengharapkan adanya sebuah teknologi informasi berupa *website* katalog yang dapat diakses oleh banyak orang secara *online* tanpa harus mengunjungi KUB Merci secara langsung.

Pengembangan sebuah aplikasi sistem informasi *website* ataupun aplikasi perangkat lunak lainnya yang sukses, bergantung pada proses pengelolaan proyek perangkat lunak secara keseluruhan [6]. Oleh karena itu pemilihan metodologi yang tepat sangat penting dan berpengaruh dalam mencapai kesuksesan target suatu proyek pengembangan perangkat lunak. Metodologi yang dipilih nantinya dipakai dalam menyusun sebuah pendekatan untuk melaksanakan *System Development Life Cycle (SDLC)* guna menghasilkan sistem informasi sesuai kebutuhan bisnis suatu organisasi. SDLC sendiri merupakan metodologi umum yang digunakan untuk mengembangkan sistem informasi, dimana konsep SDLC mendasari model pengembangan perangkat lunak lainnya diantaranya *Waterfall*,

Parallel, VShaped, Agile Development, Prototype, iterative, spiral dan *Rapid application development (RAD)* [7].

Penelitian ini berfokus pada pembuatan *website* katalog dengan menerapkan metode *Rapid Application Development (RAD)* didalamnya guna menghasilkan *output* yang dapat dimanfaatkan oleh KUB Merci dalam memperluas target pasar mereka. *Rapid Application Development (RAD)* adalah metode pengembangan sistem berorientasi objek yang menggunakan pendekatan *prototyping* dan dirancang untuk menciptakan sistem berkualitas tinggi dalam waktu yang relatif singkat dan biaya yang relatif rendah [8]. Alasan mengapa penelitian ini menggunakan menggunakan *Rapid Application Development (RAD)* sebagai metode pengembangan aplikasi dikarenakan siklus pengembangan sistem yang ada tergolong lebih singkat dibandingkan dengan metode-metode pengembangan sistem yang lain sehingga waktu pengerjaan tergolong lebih cepat sehingga memiliki cukup banyak waktu apabila ingin melakukan perbaikan sistem [9].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka didapatkan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Pemasaran produk dan jasa yang terdapat pada KUB Merci masih dilakukan secara manual
2. Belum memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produk maupun jasa yang ada pada KUB Merci.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana merancang dan membangun sebuah *website* katalog bagi KUB Merci untuk memasarkan produk maupun jasa yang ada pada KUB Merci.
2. Bagaimana membuktikan dengan adanya *website* katalog yang dibangun dapat membantu KUB Merci untuk memasarkan produk maupun jasa yang ada pada KUB Merci.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Merancang dan membangun sebuah *website* katalog bagi KUB Merci.
2. Mempermudah KUB Merci dalam memasarkan produk maupun jasa yang terdapat pada KUB Merci.
3. Melakukan pengujian terhadap penggunaan *website* katalog KUB Merci.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, beberapa hal batasan masalah antara lain :

1. Membuat *website* katalog bagi KUB Merci,
2. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi literatur,
3. Bahasa pemograman yang digunakan adalah *PHP*,
4. Metode *RAD*, dan
5. Penelitian ini hanya dilakukan di KUB Merci.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah menghasilkan output berupa sebuah *website* katalog bagi KUB Merci yang dapat diakses oleh banyak orang secara online tanpa harus mengunjungi KUB Merci secara langsung.

BAB 2