

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

UMKM di Lhokseumawe memiliki perkembangan yang sangat pesat, beragam perubahan muncul yang disajikan kepada pelanggan. Baik perubahan penjualan dari sistem *offline* sampai ke sistem *online* maupun perubahan pada sistem pembayarannya. Selain dari pada itu, produk yang disajikan saat ini juga beraneka ragam. Perkembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar, agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Hal ini diperlukan kinerja UMKM yang baik seperti inovasi, pemasaran digital, dan bauran pemasaran yang handal [1]. UMKM adalah usaha produktif orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil dan menengah [2]. Digitalisasi pemasaran pada umkm diyakini akan menjalankan komunikasi serta transaksi secara *realtime* atau mendunia. Pengguna telpon genggam atau *smartphone* tiap waktu berkembang secara bertahap sehingga kesempatan tersebut diberikan kepada para pengusaha guna mengembangkan pasarnya [3].

Pengusaha mikro, kecil, dan menengah lagi mengalami peningkatan yang signifikan dalam penggunaan teknologi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, X, WhatsApp, dan lainnya. Pelaku usaha dapat memilih pemasaran ini guna mempertinggi daya saing diantaranya; (1) Facebook sangat cocok dalam membangun hubungan menggunakan penggunaan fitur *events*, pembaruan story melalui keterangan gambar maupun *link web* dengan *call to action*, dan menanggapi masukan konsumen secara langsung. (2) Twitter atau yang sekarang berganti nama dengan X, aplikasi ini cocok guna menciptakan interaksi bersifat terbuka serta buat menciptakan *awareness*. (3) Instagram sangat bagus guna meningkatkan *awareness* serta membangun interaksi dengan konsumen. Kekurangannya meliputi tidak dapat memberikan tautan eksklusif terhubung pada halaman *web*, Dengan demikian perlu meng-*upload* gambar perihal dibalik layar produksi barang serta *shooting* iklan, cuplikan produk baru, rekomendasi

oleh artis, serta kompetisi foto. (4) Whatsapp termasuk sebagian dari platform pemasaran online sebab mempermudah untuk terhubung oleh orang banyak, Dari aplikasi tersebut dapat menciptakan postingan yang menarik untuk dibagikan kepada konsumen. Hal ini pula memberikan peluang dalam membantu kelompok berusaha dan juga menawarkan fitur whatsapp bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelaku usaha khususnya usaha mikro kecil menengah [3]. Banyak juga terdapat teknologi digital yang memudahkan pengusaha dalam menjalankan usahanya [4]. Sebagian wirausaha umumnya memanfaatkan platform online diantaranya berbagai *marketplace* serta teknologi digital yang ada yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Aplikasi Seluler, dan Situs Web. Meskipun demikian, banyak pengusaha mikro, kecil, dan menengah masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan usaha mereka, terutama dalam aspek ekonomi dan finansial.

Potensi besar yang dimiliki para pengusaha tersebut, namun mengalami kendala dalam pengambilan keputusan terkait kelayakan usaha dengan digital. Sehingga belum optimal dalam memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa pelaku usaha mikro kecil menengah di Kota Lhokseumawe memiliki kendala terkait digitalisasinya atau pada proses promosinya meliputi kurangnya pemahaman tentang teknik promosi pemasaran digital, menentukan target konsumen dengan media digital, kurangnya pemahaman ini mempengaruhi kemampuan untuk menggunakan platform online secara efektif untuk mempromosikan produk, sebagian besar pelaku wirausaha menyadari pentingnya desain yang menarik dalam meningkatkan daya tarik produknya, namun kurangnya pemahaman tentang cara mengedit menjadi hambatan. Desain yang menarik dianggap mendatangkan keuntungan dan menarik pelanggan, namun untuk menghasilkan tampilan yang sesuai membatasi kemampuan untuk mencapai hal ini, keterbatasan waktu menjadi faktor krusial pada proses pengelolaannya dalam mengunggah produk, mencari admin atau individu yang kompeten dalam memotret produk, unggahan konten, manajemen sosial media merupakan tantangan tersendiri bagi wirausaha ini, dan untuk penerapannya terdapat pelaku usaha yang lebih fokus pada Instagram dan WhatsApp dikarenakan Facebook menurut mereka sedikit tertinggal dalam perubahan sistem kerjanya yang mungkin lebih sulit untuk produk terlihat oleh orang banyak.

Kendala-kendala tersebut sangat berdampak pada kemampuan usaha ini untuk beradaptasi di era digital. Dengan permasalahan yang dihadapi maka diperlukan pengambilan keputusan. Peneliti menerapkan metode SMART (*Simple Multi Attribute Rating Technique*) sebab perhitungan tersebut mudah dimengerti dalam penerapannya. Metode tersebut relatif mudah dalam penilaiannya, karena setiap kriteria atau atribut dinilai dengan skala yang sudah ditentukan. Teknik pengambilan keputusan multi kriteria tersebut dilandasi dengan konsep karena tiap alternatif memiliki sejumlah kriteria yang memiliki nilai serta tiap kriteria memiliki bobot yang menguraikan seberapa penting dari kriteria lainnya. Bobot dimaksud diterapkan sebagai penilaian setiap alternatif sehingga didapatkan alternatif terbaik [5].

Sehingga berdasarkan permasalahan diatas, peneliti mengambil judul “**Sistem Pendukung Keputusan Kelayakan Usaha UMKM dengan Digitalisasi dalam Menunjang Aspek Ekonomi dan Finansial menggunakan SMART berbasis Website (Studi Kasus : UMKM wilayah Lhokseumawe)**” yang dapat memberikan manfaat untuk menentukan usaha layak atau tidak untuk diterapkan di era digital mengacu pada kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari penjelasan masalah yang ada, demikian rumusan masalah yang akan diselesaikan melalui penelitian berikut meliputi:

1. Bagaimana menerapkan metode SMART untuk merekomendasikan kelayakan usaha dengan digitalisasi berbasis *website*?
2. Bagaimana mengimplementasikan sebuah aplikasi sistem pendukung keputusan kelayakan usaha umkm dengan digitalisasi dalam menunjang aspek ekonomi dan finansial menggunakan SMART berbasis *website*?

## **1.3 Batasan Masalah**

Pada upaya tercapainya tujuan penelitian yang diharapkan, penulis telah membatasi cakupan masalah penelitian ini pada beberapa poin yang relevan, yaitu:

1. Penelitian ini akan terbatas pada usaha mikro kecil menengah dalam kelas digital yang melakukan promosinya lewat media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, Tiktok, dan aplikasi marketplace.
2. Penelitian ini akan terbatas pada data usaha mikro kecil dan menengah wilayah Lhokseumawe pada sektor perdagangan.
3. Penelitian SPK ini menggunakan metode SMART.
4. Dibuatnya sistem dengan Bahasa pemrograman PHP berbasis Website.
5. Penelitian ini akan terbatas pada kriteria variabel dan penentuan kelayakan UMKM meliputi : Distribusi, Promosi, Target Konsumen, Kualitas Produk, Hasil Produsen, Pendapatan, Modal, dan Biaya Operasional.
6. *Output* yang akan dihasilkan berupa sistem pendukung keputusan dalam menentukan layak atau tidaknya umkm di era digital.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berkenaan dengan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui tujuan dari penelitian tersebut untuk:

1. Untuk memahami tentang bagaimana penerapan metode SMART dalam merekomendasikan kelayakan usaha dengan digitalisasi berbasis website.
2. Untuk mengetahui cara mengimplementasikan sebuah aplikasi sistem pendukung keputusan kelayakan usaha umkm dengan digitalisasi dalam menunjang aspek ekonomi dan finansial menggunakan SMART berbasis *website*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian tersebut diarahkan untuk mencapai manfaat yang meliputi:

1. Manfaat untuk UMKM
  - a. Sistem ini dapat digunakan untuk membantu menentukan kelayakan usaha mereka dengan digitalisasi.
  - b. Para pelaku wirausaha ini dapat memahami dengan lebih baik kelayakan usaha mereka untuk dapat meningkatkan kinerja penerapannya baik dari digitalisasi, ekonomi dan finansialnya.

- c. Platform berbasis website membuat sistem ini mudah diakses dan digunakan.
- 
- 2. Manfaat untuk Dinas
    - a. Membantu dalam proses manajemen keseluruhan sistem pada pengumpulan data lebih baik, memberikan dasar yang kuat untuk analisis kebijakan dan perencanaan strategis.
    - b. Memberikan akses mudah terhadap informasi kelayakan usaha dan saran perbaikan.
    - c. Meningkatkan reputasi dinas sebagai Lembaga yang progresif dan responsif terhadap perkembangan teknologi.