

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai wilayah seluruh Indonesia, mencerminkan fenomena umum dalam perekonomian lokal. Dalam menghadapi era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, peran UMKM menjadi semakin krusial dalam memperkuat ekonomi setempat. UMKM di wilayah Kota Lhokseumawe memiliki peluang yang sangat baik berkat festival kuliner atau yang di kenal dengan sebutan festival ahad, kegiatan ini diadakan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM (Disperindagkop) Kota Lhokseumawe.

Festival ini bukan hanya menjadi ajang strategis dalam memasarkan produk dan jasa UMKM kepada masyarakat, tetapi juga menjadi wadah untuk menampilkan kekayaan kuliner lokal. Selain itu, festival ini dapat menciptakan citra positif bagi usaha kecil menengah dan meningkatkan partisipasi aktif UMKM dalam kegiatan pemasaran [1]. Pada era digital saat ini, kebutuhan untuk mengembangkan sistem informasi pemasaran pada UMKM di Kota Lhokseumawe menjadi semakin mendesak.

Digitalisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi, visibilitas, dan konektivitas UMKM yang terdaftar di festival ahad. Terbatasnya pengetahuan tentang praktik pemasaran modern dapat menghambat kemampuan UMKM untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas, terutama di era di mana teknologi informasi memainkan peran krusial dalam proses pemasaran [2]. Tanpa adanya digitalisasi, UMKM mungkin kesulitan mengakses pasar yang lebih besar dan memanfaatkan peluang bisnis secara maksimal.

Dengan adanya sistem informasi pemasaran yang terintegrasi secara digital. Metode penelitian ini akan melibatkan wawancara dengan pemilik UMKM, pengamat industri, serta pihak terkait dalam Disperindagkop. Sistem informasi ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi dalam manajemen pemasaran, meningkatkan visibilitas produk, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen [3].

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengembangan sistem informasi pemasaran untuk UMKM di Lhokseumawe?
2. Bagaimana implementasi sistem informasi pemasaran untuk UMKM di Lhokseumawe?

## **1.3 Batasan Penelitian**

Melihat permasalahan tersebut, penelitian ini membuat beberapa asumsi untuk memfokuskan pembahasan dan membatasi permasalahan. Batasan masalah penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada UMKM yang berpartisipasi di festival ahad kota Lhokseumawe.
2. studi kasus penelitian ini berfokus pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM (Disperindagkop) Kota Lhokseumawe, dan tidak melibatkan instansi pemerintah atau swasta lain yang terkait dengan UMKM di Kota Lhokseumawe.
3. Data penelitian ini diperoleh dari UMKM di festival ahad dan Disperindagkop kota Lhokseumawe.
4. Penelitian ini akan mengembangkan website yang tidak menyertakan fitur pembayaran online, melainkan fokus pada informasi dan promosi kuliner.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian peneliti merangkum dalam beberapa poin sebagai berikut:

1. Pengembangan sistem informasi pemasaran untuk UMKM di Lhokseumawe.
2. Implementasi sistem informasi pemasaran untuk UMKM di Lhokseumawe.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dengan tujuan yang telah diuraikan di atas, penelitian ini diharapkan membawa manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak. Bagi penjual atau pedagang kuliner, penggunaan website sebagai media pemasaran online dapat menjadi sarana efektif yang memungkinkan meningkatkan visibilitas produk mereka. Dengan adanya informasi yang mudah diakses, pelanggan potensial dapat dengan cepat mengetahui tentang produk kuliner yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan.

Masyarakat umum juga akan merasakan manfaat dari penelitian ini dengan adanya website yang menyediakan informasi kuliner yang mudah diakses. Mereka dapat dengan lebih nyaman dan cepat menemukan pilihan kuliner sesuai dengan selera dan anggaran mereka. Hal ini dapat menciptakan pengalaman belanja kuliner yang lebih efisien dan memuaskan.

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM (Disperindagkop) Kota Lhokseumawe serta pemerintah Kota Lhokseumawe juga akan mendapatkan manfaat dari penelitian ini. Dengan mendukung dan mengembangkan UMKM di bidang kuliner melalui penyediaan website, mereka dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Peningkatan kreativitas dan daya saing UMKM dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan ekonomi di tingkat lokal.