

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pemerintah Indonesia mempunyai target pada rancangan kebijakan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) untuk mengubah Indonesia menjadi negara berpendapatan menengah pada tahun 2025. Untuk mencapai hal tersebut Indonesia memerlukan pertumbuhan ekonomi paling sedikit 7% pertahun dimana untuk saat ini baru terealisasi sebesar 5% pertahun (Deloitte, 2015). Indonesia merupakan negara yang 60% produk domestik brutonya ditopang oleh produk-produk dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Prasetyo & Hartanto, 2016). Potensi UMKM sangat besar untuk kemajuan perekonomian Indonesia. Salah satu UMKM di Indonesia yang memiliki potensial besar adalah UMKM kota Palembang. Kota Palembang mempunyai banyak UMKM yang memiliki beragam produk seperti pakaian, makanan, kerajinan tangan, souvenir dan sebagainya. Produk-produk tersebut memiliki daya saing yang tinggi dan selain menjadi buah tangan bagi wisatawan, produk-produk tersebut juga menjadi konsumsi bagi masyarakat lokal sehingga pengaruh dari konsumsi produk lokal bagi masyarakat lokal tentu saja akan berdampak pada perekonomian lokal (Delmayuni, 2017).

Salah satu cara agar bisa meningkatkan produktivitas UMKM Kota Palembang adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi. Teknologi informasi

seperti media sosial, sistem penjualan, pembelian, manajemen stok, *electronic marketplace* dan sebagainya dapat membantu UMKM dalam mengelola dan menjalankan proses bisnisnya. Meningkatkan keterlibatan UMKM dengan teknologi informasi dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 2% pertahun. Hal ini merupakan salah satu solusi untuk membantu Indonesia memenuhi target pertumbuhan untuk menjadi negara berpenghasilan menengah pada tahun 2025 yang sebesar 7% (Deloitte, 2015).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Kus Prasetyo dan Rudy Hartanto (Prasetyo & Hartanto, 2016) mengemukakan bahwa *e-marketplace* menjadi populer untuk digunakan dikarenakan adanya pengaruh kompetisi ekonomi secara global, yang menyebabkan tuntutan distribusi informasi secara cepat, konsumen yang makin terdidik, inovasi yang cepat dan meningkatnya kompleksitas produk. Dengan pemanfaatan *e-marketplace*, transaksi lintas negara dapat terealisasi serta memungkinkan untuk menciptakan pangsa pasar baru. Untuk membuat sebuah *e-marketplace* yang baik dibutuhkan sebuah metode atau kerangka acuan yang baik. *Enterprise Architecture Planning (EAP)* adalah suatu metode atau kerangka acuan yang digunakan untuk membangun suatu arsitektur informasi yang meliputi arsitektur data, arsitektur aplikasi dan juga arsitektur teknologi serta perencanaan implementasi dari arsitektur yang telah dibangun tersebut untuk mendukung aktivitas bisnis demi pencapaian misi suatu organisasi dengan berorientasi pada kebutuhan bisnis.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mencoba mengangkat tema “*Enterprise Architecture Planning E-Marketplace* UMKM Kota Palembang”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Indonesia memerlukan pertumbuhan ekonomi paling sedikit 7% pertahun dimana saat ini baru terealisasi sebesar 5%.
2. Tingkat keterlibatan UMKM dengan teknologi informasi harus ditingkatkan.
3. Dibutuhkan sebuah metode atau kerangka acuan yang baik untuk membuat sebuah *e-marketplace* yang baik.

## **1.3. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah menerapkan metode *Enterprise Architecture Planning (EAP)* untuk merancang *e-marketplace* UMKM Kota Palembang.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan metode *Enterprise Architecture Planning (EAP)* untuk merancang *e-marketplace* UMKM kota Palembang?”.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan rancangan *e-marketplace* UMKM kota Palembang dengan mengacu kepada metode *Enterprise Architecture Planning (EAP)*.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rancangan *e-marketplace* UMKM kota Palembang yang dapat meningkatkan produktivitas UMKM sehingga Indonesia bisa memenuhi target pertumbuhan ekonomi sebesar 7% pertahun.

### **1.7. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah memetakan *e-marketplace* UMKM kota Palembang dengan metode *Enterprise Architecture Planning (EAP)*.

### **1.8. Susunan dan Struktural Tesis**

Adapun susunan dan struktur proposal tesis dijabarkan di bawah ini sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta susunan dan struktur tesis.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang kajian pustaka.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pembahasan pada bab ini terdiri dari desain dan jadwal penelitian, kemudian konsep dan metode penelitian yang digunakan serta tahapan-tahapannya.

## **BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini memberikan sekilas tentang gambaran umum objek penelitian dari studi kasus yang digunakan.

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memberikan penjelasan dan analisa atas data-data yang dikumpulkan dan selanjutnya akan dijabarkan hasil (*output*) penelitian.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian ini beserta saran.

## **LAMPIRAN**

Berisi lampiran pendukung daripada penelitian yang akan dilakukan.