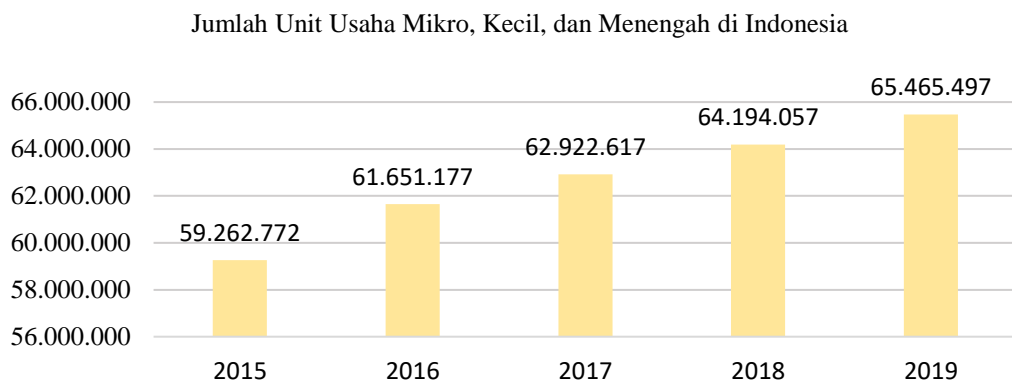


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Kecil dan Menengah atau UKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional (Basry & Sari, 2018). Dengan menduduki peran yang begitu penting bagi Indonesia, pemerintah membuktikan perhatiannya terhadap UKM dengan meluncurkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, peningkatan jumlah UKM di Indonesia pada tahun 2015 hingga tahun 2019 cukup pesat, seperti yang diilustrasikan pada Gambar I.1.

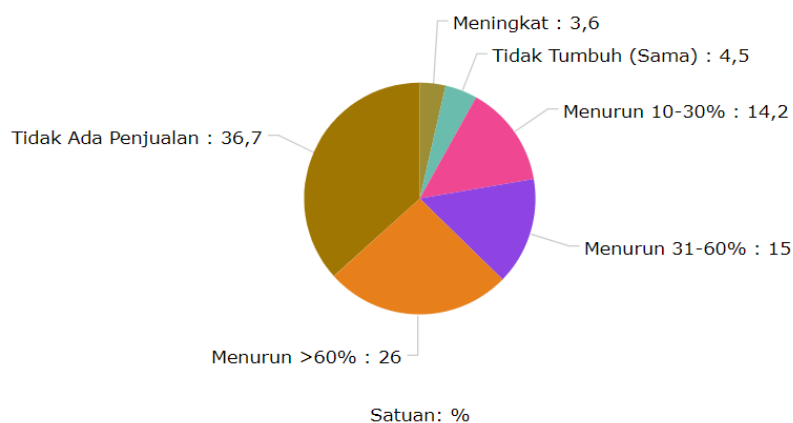


Gambar I.1 Data Jumlah UKM di Indonesia Tahun 2015-2019

Berdasarkan Gambar I.1, jumlah peningkatan UKM di Indonesia pada tahun 2015 hingga tahun 2019 sekitar 1 juta sampai 2 juta setiap tahunnya. Jumlah tersebut terbilang cukup besar jika dilihat dari satuan jumlah UKM setiap tahunnya. Jumlah UKM yang meningkat cukup pesat setiap tahunnya mengartikan bahwa dari tahun ke tahun semakin banyak masyarakat Indonesia yang tertarik untuk melakukan kegiatan usaha sehingga persaingan antar pelaku ekonomi pun semakin meningkat. Oleh karena itu, pelaku ekonomi secara tidak langsung dituntut untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas masing-masing UKM agar dapat bertahan dan bersaing dengan UKM lainnya. Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas UKM yaitu melakukan transformasi digital dengan

membangun sistem yang dapat mendukung proses bisnis. Di era digitalisasi saat ini, dunia usaha diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan yang konstan dan menyesuaikan strategi usaha seperti menyelaraskan teknologi informasi dengan proses bisnis yang dijalankan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Rasid et al., 2021). Dilansir dari situs resmi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, pemerintah menargetkan sebanyak 30 juta UKM masuk dalam ekosistem digital pada tahun 2024 demi mendorong daya saing UKM terus meningkat untuk perbaikan struktur ekonomi nasional. Namun, berdasarkan pernyataan Staf Khusus Menteri Koperasi dan UKM Bidang Pemberdayaan Ekonomi Kreatif, jumlah UKM yang sudah masuk dalam ekosistem digital per tahun 2021 baru mencapai 19% atau sekitar 12 juta UKM. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih banyak UKM yang belum memiliki sistem untuk mendukung proses bisnisnya. Hal ini menjadi penghambat UKM dalam meningkatkan pendapatan sehingga berpotensi menyebabkan kerugian untuk keberlangsungan UKM di masa yang akan datang, tingkat daya saing UKM yang rendah, dan perbaikan struktur ekonomi nasional tidak dapat tercapai.

UKM identik dengan kegiatan jual beli sehingga penjualan merupakan proses bisnis utama dari UKM. Berdasarkan data Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional pada tahun 2020, UKM mengalami penurunan penjualan akibat pandemi COVID-19, seperti yang diilustrasikan pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Persentase Penjualan UKM Pada Masa Pandemi COVID-19

Berdasarkan Gambar I.2, persentase penurunan penjualan UKM sangat besar dibandingkan dengan penjualan yang meningkat dan tetap yang hanya sekitar 8%. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan masyarakat untuk melakukan kegiatan jual beli. Keterbatasan tersebut bisa jadi karena masih sedikit UKM yang masuk dalam ekosistem digital sehingga pengalaman pelanggan terhadap kegiatan jual beli tradisional kurang diminati karena kecenderungan masyarakat yang lebih menyukai dan menganggap kegiatan jual beli secara *online* lebih aman sejak saat ini.

Menurut (Ikhsan et al., 2019), sistem penjualan UKM yang masih tradisional berpotensi menimbulkan permasalahan pada proses *sales and distribution*. Beberapa permasalahan yang berpotensi muncul yaitu terdapat ketidakseimbangan antara jumlah ketersediaan produk dengan jumlah permintaan pelanggan, keterlambatan eksekusi penjualan karena menumpuknya pesanan dan kurang atau tidak adanya sumber daya yang mumpuni, kekeliruan terhadap jumlah dan jenis barang yang dipesan dengan yang dikirim serta alamat pengiriman, dokumentasi penjualan yang tidak terstruktur dan keliru. Beberapa hal tersebut dapat mempengaruhi pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, menghambat pengambilan keputusan terkait strategi penjualan kedepannya, serta menghambat UKM dalam meningkatkan pendapatan.

Enterprise Resource Planning atau ERP merupakan sistem informasi terintegrasi yang dimaksud dalam upaya peningkatan kualitas perusahaan (Suwu et al., 2016). ERP menjadi bagian dari infrastruktur perusahaan yang dapat mendukung kelancaran proses bisnis perusahaan yang mengimplementasikannya (Akbar et al., 2015). Penggunaan sistem ERP membantu perusahaan menyederhanakan, mengintegrasikan, dan mengotomatisasi proses bisnis. Sistem ERP memfasilitasi interaksi antara bagian produksi, penjualan, keuangan, dan pemasaran (Harahap et al., 2019). Sistem ERP memungkinkan akses data secara *real-time* (Tatuhey, 2018).

Berdasarkan beberapa fenomena diatas, implementasi sistem informasi seperti sistem ERP merupakan salah satu strategi yang dapat memenuhi kebutuhan dan

mengatasi permasalahan yang dialami UKM terkait proses *sales and distribution*. Dengan diimplementasikannya sistem ERP, proses *sales and distribution* akan berjalan lebih efektif dan efisien karena menggunakan sumber daya yang mumpuni, integrasi antar bagian yang membuat data akurat, dan dokumentasi yang lengkap dan terstruktur sehingga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan lebih maksimal, pengambilan keputusan terkait strategi penjualan lebih mudah dilakukan dan tepat sasaran, serta pendapatan UKM pun meningkat.

Untuk merealisasikan sistem yang diusulkan, maka penulis akan melakukan perancangan sistem ERP *smart* UKM berbasis Dolibarr pada proses *sales and distribution* dengan metode *accelerated SAP* atau *ASAP* sampai tahapan *business blueprint*. Perancangan ini akan disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan yang dialami UKM secara umum dalam proses *sales and distribution*, dimana *deliverable* dari perancangan ini nantinya akan menjadi *best practice* yang direkomendasikan sebagai acuan dalam implementasi sistem informasi untuk mendukung proses *sales and distribution* pada UKM di Indonesia.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana rancangan *business blueprint* sistem ERP *smart* UKM yang berfokus pada proses *sales and distribution* dengan metode *accelerated SAP* atau *ASAP*?
2. Bagaimana rancangan sistem ERP *smart* UKM yang saling terintegrasi dengan bagian lainnya di UKM untuk menunjang proses *sales and distribution*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang proses bisnis *targeting* dan desain *mockup* dari *form* sistem ERP *smart* UKM yang digunakan dalam proses *sales and distribution*.

2. Merancang sistem ERP *smart* UKM yang terintegrasi dengan bagian *manufacture*, *warehouse*, dan *accounting* di UKM untuk menunjang proses *sales and distribution*.

I.4 Batasan Penelitian

Karena konsep perancangan sistem ERP *smart* UKM cukup luas, maka batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan berdasarkan proses bisnis yang disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan UKM secara umum.
2. Penelitian ini menggunakan sistem ERP Dolibarr modul *Customer Relationship Management* atau CRM sebagai referensi.
3. Penelitian ini hanya membahas integrasi data dengan bagian *warehouse*, *manufacture*, dan *accounting*.
4. Penelitian ini dilakukan hanya sampai tahapan *business blueprint*.

I.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan manfaat yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi UKM:
 - a. Terciptanya *best practice* yang dapat dijadikan acuan dalam implementasi sistem informasi untuk mendukung proses *sales and distribution* pada UKM.
 - b. Terciptanya rancangan sistem ERP *smart* UKM yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan UKM secara umum dalam proses *sales and distribution*.
 - c. Terciptanya rancangan sistem ERP *Smart* UKM yang saling terintegrasi dengan bagian lainnya di UKM untuk menunjang proses *sales and distribution* sehingga data dapat terhubung secara *real-time*.
2. Manfaat bagi penulis:
 - a. Melatih penulis dalam menganalisis permasalahan dan kebutuhan UKM.
 - b. Melatih penulis dalam menganalisis dan merancang suatu solusi dari permasalahan dan kebutuhan UKM.

3. Sebagai bahan pembelajaran mengenai proses *sales and distribution* pada sistem ERP.