

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia digital saat ini terutama teknologi informasi, membantu manusia mengenai hal-hal baru, salah satunya adalah pada bidang penjualan dengan munculnya marketplace. *Marketplace* sekarang menjadi primadona bagi kaum pembeli disinilah bisa membeli kebutuhan sehari-hari, mulai sandang, papan, dan pangan semua tersedia. Dan pembeli pun sudah berubah perilakunya berbelanja melalui *marketplace*, cenderung menyukai belanja *online* yang lebih praktis, cepat, modern, dan tanpa harus keluar rumah serta dapat dilakukan kapanpun.

Kota Jepara salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang terletak paling utara berbatasan dengan Laut Jawa, di Jepara terkenal dengan Kota Ukir karena banyak pengusaha-pengusaha mebel tetapi Jepara tidak hanya mebel saja melainkan ada banyak kerajinan-kerajinan lainnya seperti Tenun Troso, Konveksi di Desa Sendang, Monel di Desa Kriyan, dan lainnya. Pengusaha Tenun Troso rata-rata memiliki sendiri *Home Industry*. Selama ini penjualan Tenun Troso hanya offline atau menawarkan ke toko-toko dan langsung ke pelanggan, maka biaya yang diperlukan akan banyak dan tenaga pun akan terkuras. Penjual juga keberatan jika membawa barang yang banyak untuk menawarkan ke pembeli. Dulu banyak orang troso pergi luar kota seperti Jakarta, Bali, Bandung, Solo, dan lainnya menawarkan kain tenun dengan membawa dalam jumlah banyak untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, masyarakat Troso sendiri sudah mengikuti perkembangan ini tidak kalah dengan kota-kota lainnya. Guna meningkatkan penjualan sekarang banyak UMKM yang bergabung menjadi *seller marketplace* tidak ada biaya dalam pendaftaran, tidak ada pemotongan harga atau bagi hasil antar *seller* dengan *vendor marketplace*, pembeli sekarang sudah beralih ke *marketplace*, dan banyak manfaat lainnya. Jika ingin bergabung menjadi *Seller marketplace* cukup mendaftarkan seperti *email*, *password*, nama toko, dan KTP biasanya juga disertakan dalam persyaratan pendaftaran. (Narotama et al., 2019)

Dewasa ini adanya *marketplace* sangat membantu UMKM Tenun Troso dalam mempromosikan kain tenun di dunia maya. Dulunya jika ingin menjual kain tenun harus pergi keluar kota itupun kemungkinan belum tentu laku semuanya, kendala lainnya juga biaya dan waktu yang dibutuhkan selama perjalanan juga akan banyak. Tapi zaman sekarang sudah berubah sangat pesat tanpa harus keluar kota bisa menjual kain tenun dengan efektif dan efisien. Cuma modal foto lalu diupload di *marketplace* yang tersedia langsung bisa mempromosikan. Sangatlah terbantu dengan adanya *marketplace* seperti sekarang ini dan juga dibutuhkan oleh konsumen. (Ismanto, 2018)

Berdasarkan alasan diatas maka kami membuat laporan dengan judul “*E-Marketplace* Untuk Produk Tenun Troso Guna Peningkatan Daya Saing Penjualan”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat ditarik kesimpulan masalah-masalah, Bagaimana membuat aplikasi *E-Marketplace* bagi Industri Tenun Troso.

1.3. Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang dan batasan masalah, maka penyusunan tugas akhir kuliah sebagai berikut, Membuat *E-Marketplace* Tenun Troso kerajinan sebagai daya saing penjualan produk.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi UMKM

1. Menjual produk lebih cepat dan tidak ribet langsung bertemu dengan pembeli
2. Daya saing penjualan semakin meningkat
3. Memanfaatkan teknologi informasi dengan cara menjual produk secara *online*

b. Bagi Penulis

1. Merupakan sarana praktis bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.
2. Dapat menghasilkan sistem yang tidak hanya bermanfaat bagi penulis tetapi juga bagi pengguna yang menggunakan sistem tersebut.

c. Bagi Akademis

1. Sebagai bahan evaluasi akademik untuk mengetahui kemampuan mahasiswa menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah.
2. Untuk bahan literatur penulisan skripsi di masa yang akan datang serta untuk menambah referensi perpustakaan dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan.

