

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini kita telah memasuki era digital dimana segala aktivitas sehari-hari yang kita lakukan tidak terlepas dari pengaruh teknologi yang mutakhir. Teknologi Informasi (TI) telah banyak digunakan di berbagai bidang bisnis dan semakin canggihnya suatu teknologi yang digunakan maka semakin efektif dan efisien kegiatan yang dilakukan pada suatu perusahaan. Bisnis manapun yang tidak cepat dalam mengadopsi teknologi informasi perlahan akan tertinggal seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang lebih baru dan semakin maju sehingga dalam hal ini berpengaruh pada perilaku berbisnis dan kondisi ekonomi global. Jika segala aspek yang ada pada suatu bisnis telah berbasiskan pada pemanfaatan dan pemberdayaan teknologi informasi digital maka tidak dapat dipungkiri lagi akan munculnya Era Revolusi Industri. Digitalisasi merupakan suatu wujud nyata dari era revolusi industri yang pada saat ini sangat berkembang pesat di Asia Tenggara, sehingga dengan perkembangannya di Asia Tenggara maka Negara Indonesia termasuk pasar yang potensial bagi para pebisnis lokal maupun internasional. Era digital di Indonesia saat ini sudah merambah ke segala sisi bisnis termasuk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Atik Novianti, 2020). Banyak pelaku bisnis UMKM yang ada didorong untuk “*go digital*” dimana peluang tersebut dapat menghantarkan Indonesia menuju persaingan ekonomi secara global.

Perekonomian Indonesia dari tahun ke tahun menghadapi berbagai peluang dan tantangan yang semakin kompleks. Dengan perkembangan era digital saat ini dapat menjadikan pasar global sebagai salah satu faktor pendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia yang lebih merata dan diharapkan mampu mendukung pemerintahan dalam menstabilkan perekonomian di Indonesia. Tantangan yang terjadi pada era digital menyebabkan persaingan pasar semakin ketat sehingga banyak kompetitor yang memiliki bisnis serupa dan cenderung menjual produk dengan harga terjangkau. Tidak hanya kompetitor dalam negeri melainkan kompetitor luar negeri dapat dengan mudah masuk ke Indonesia sehingga produk lokal Indonesia sudah seharusnya mampu bersaing dan konsisten pada bisnis yang

dirintisnya agar tujuan bisnis bisa tercapai. Dengan keadaan yang seperti itu, pelaku bisnis khususnya UMKM yang ada di seluruh pelosok Indonesia harus secara terus-menerus meningkatkan usahanya salah satunya dengan memperhatikan strategi yang tepat agar bisnis yang dirintis tersebut dapat dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat.

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia ditunjukkan oleh semakin besarnya populasi pelaku usaha, kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), ekspor dan penciptaan modal tetap/investasi. Pada saat ini pelaku bisnis UMKM di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Mereka dengan gencar meningkatkan usahanya agar lebih dikenal oleh publik. Hal tersebut dibuktikan menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 98,58% (62.92 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2017, dan angka ini diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2019. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel I.1 dibawah ini.

Tabel I. 1 Data UMKM 2015-2017

Indikator	Data					
	2015	%	2016	%	2017	%
Jumlah UMKM (unit)	59,26 juta	99,99	61,65 juta	99,99	62,92 juta	98,58
Tenaga Kerja (orang)	123,23 juta	96,71	112,89 juta	97,04	116,67 juta	97,02
PDB Konstan Th. 2000 (Rp. Milyar)	1.655.430,0	57,75	5.171.063,6	57,17	5.425.414,7	57,08
PDB Harga Berlaku (Rp. Milyar)	6.288.285,0	61,41	7.009.283,0	59,84	7.704.635,9	60,00
Ekspor Non-migas (Rp. Milyar)	185.975,0	15,73	255.126,1	14,38	298.208,7	14,17
Investasi Harga Berlaku (Rp. Milyar)	1.818.749,0	61,28	2.057.972,0	57,87	2.236.739,8	58,18
Produktivitas UMKM (Rp)	27,93 juta		83,88 juta		86,22 juta	
- Per unit usaha	13,43		45,83		46,50	
- Per tenaga kerja	juta		juta		juta	

Sumber: (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2019)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2017, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyerap sekitar 116,67 juta tenaga kerja dan mencapai persentase sekitar 97,02% tenaga kerja nasional, yang artinya skala kegiatan ekonomi UMKM berkontribusi sekitar 60% terhadap total Pendapatan Domestik Bruto Indonesia. Dengan demikian, total pendapatan UMKM adalah sekitar Rp.7.704.635,9 miliar (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2019). Disamping itu, menurut data yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) untuk UMKM industri makanan dan minuman seperti yang tersaji pada Tabel I.2 berikut.

Tabel I. 2 Indeks produksi tahunan industri UMKM

KBLI 2009-2 digit (Deskripsi)	Indeks Produksi Triwulan menurut 2-digit KBLI			
	2019		2018	2017
	Triwulan III	Tahunan	Tahunan	Tahunan
Makanan	192.26	-	182.04	173.87
Minuman	180.13	-	162.79	154.38

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2019)

Berdasarkan tabel diatas terbukti bahwa indeks produksi UMKM pada industri makanan dan minuman mengalami kenaikan setiap tahunnya dan masih menjadi unggulan dibandingkan dengan industri lainnya. Pada tahun 2019, industri makanan dan minuman yang baru memasuki triwulan III ini sudah terlihat meningkat pesat dibandingkan indeks produksi pada tahun sebelumnya yang sudah memiliki indeks produksi tahunan (Badan Pusat Statistik, 2019).

Keberadaan UMKM makanan seperti kue-kue dengan berbagai jenis produknya bermula dari aktivitas *home industry* yang sangat berpotensi bagi kemajuan perekonomian masyarakat maupun daerahnya mengingat dengan adanya UMKM dapat menyerap tenaga kerja dan ikut mengurangi tingkat pengangguran di sekitar daerah. Hal ini tentunya berkaitan dengan kesejahteraan pelaku usaha

serta masyarakat di daerah yang bersangkutan sehingga perekonomian daerah sekitarnya akan ikut terangkat. Perkembangan UMKM yang mengolah produk-produk kue kini kian banyak dan berkembang pesat, salah satunya seperti yang digeluti oleh UMKM J&C Cookies Bandung yang berlokasi di Jalan Bojong Koneng Atas No.43, Cibeunying, Kecamatan Cimenyan, Kota Bandung, Jawa Barat 40191.

UMKM J&C Cookies Bandung adalah salah satu UMKM yang merintis industri pengolahan kue kering yang masih aktif hingga saat ini, dimana dari total keseluruhan UMKM yang terdapat pada riset sebelumnya tidak seluruhnya aktif seperti UMKM J&C Cookies Bandung. UMKM J&C Cookies Bandung juga merupakan UMKM yang konsisten memproduksi produknya dengan prinsip *handmade* dan *homemade*, dimana kebanyakan UMKM lainnya sudah menggunakan mesin untuk meningkatkan penjualan. Salah satu kompetitornya terdekatnya adalah UMKM Ina Cookies dan Ladifa Cookies yang merupakan UMKM yang menghasilkan produk tidak jauh berbeda dan bersaing dengan ketat. Proses produksinya UMKM J&C Cookies tidak menggunakan bahan pengawet dan sudah sesuai standar produksi yang baik demi menjaga mutu dan higienitas diawasi oleh pemerintah daerah dan badan yang sudah kompeten di bidangnya dengan diikutsertakan dalam berbagai pelatihan dan penyuluhan, terbukti dari banyaknya penghargaan yang telah diterima oleh UMKM J&C Cookies Bandung.

Menjurus kepada permasalahan UMKM J&C Cookies Bandung yang masih terkendala pada pengelolaan ekspor produk dan dalam memperhatikan penanganan limbah produksi yang dihasilkan sehingga menghambat dalam hal menangkap segmen pasar yang belum sepenuhnya dikelola secara optimal, kemudian dalam hal pemanfaatan teknologi digital yang masih minim, dan semakin banyaknya kompetitor yang bersaing dengan ketat di era digital ini maka agar menjadikan arsitektur perusahaan lebih terstruktur dan sistematis dapat dilakukan perancangan *Information System Architecture. Enterprise Architecture* atau yang biasa dikenal dengan arsitektur perusahaan merupakan deskripsi dari misi *stakeholder* yang didalamnya termasuk informasi, fungsionalitas/kegunaan, lokasi organisasi dan parameter kinerja. *Enterprise Architecture* menggambarkan rencana

untuk mengembangkan sebuah sistem atau sekumpulan sistem (Osvalds & Junction, 2001). Perancangan *Information System Architecture* yang digambarkan disesuaikan dengan strategi bisnis yang diterapkan UMKM agar visi misi UMKM dapat tercapai dan menjawab permasalahan yang muncul tersebut.

Berdasarkan solusi dari permasalahan diatas, maka untuk perancangan *Information System Architecture* memerlukan suatu kerangka kerja atau *framework* yang memberikan panduan berupa tahapan-tahapan yang dibutuhkan dalam melakukan perancangan hingga implementasi *Enterprise Architecture*. *The Open Group Architecture Technique* (TOGAF) merupakan salah satu *framework* yang dikembangkan oleh *The Open Group Architecture Framework* pada tahun 1995. TOGAF *framework* sangat populer dan banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar karena sifatnya yang fleksibel dan *open source*. Terdapat metode detail yang dimiliki TOGAF dan dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang, membangun, mengelola serta mengimplementasikan *enterprise architecture* dan sistem informasi yang disebut dengan *Architecture Development Method (ADM)* (The Open Group, 2009).

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Bagaimana strategi bisnis yang tepat dan sesuai dengan UMKM penghasil kue kering?
2. Bagaimana perancangan *Information System Architecture* yang dihasilkan dapat sesuai dengan strategi bisnis UMKM penghasil kue kering?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Menghasilkan strategi bisnis yang sesuai bagi UMKM penghasil kue kering.
2. Menghasilkan *Information System Architecture* yang sesuai dengan strategi bisnis bagi UMKM penghasil kue kering.

I.4 Batasan Penelitian

Dalam perancangan Enterprise Architecture memerlukan perbaikan dan beberapa dukungan karena keterbatasan penelitian, oleh karena itu dibuatlah batasan masalah seperti berikut:

1. Perancangan *Enterprise Architecture* menggunakan *framework* TOGAF dengan metode pendekatan TOGAF ADM yang terdiri dari beberapa fase yaitu: *Preliminary, Architecture Vision, Business Architecture, Information Architecture, Technology Architecture*. Fase-fase tersebut disesuaikan dengan ketersediaan dengan menyesuaikan kondisi UMKM yang sedang diteliti.
2. Perancangan pada *Enterprise Architecture* UMKM J&C Cookies Bandung dilakukan pada 5 fungsi bisnis yaitu Marketing and Sales, Produksi, Quality Control, Keuangan, dan HRD.

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka manfaat yang diharapkan ditinjau dari beberapa sudut pandang yaitu:

1. Membantu dalam merumuskan strategi bisnis yang dapat menunjang pertumbuhan bisnis UMKM penghasil kue kering sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
2. Memberikan usulan berupa *Information System Architecture blueprint* dengan menyelaraskan strategi bisnis UMKM penghasil kue kering sehingga tujuan bisnis dapat terpenuhi.

I.6 Sistematika Penulisan

Demi terstrukturanya penulisan dalam tugas akhir ini, penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, Batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika laporan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula mengenai hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang sedang berlangsung sebagai acuan dalam penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, dan mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, melakukan uji instrumen, merancang analisis pengolahan data.

Bab IV Tahap Identifikasi

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah yang dilakukan dalam pengumpulan dan pengolahan data yaitu berisi tahapan persiapan yang terdiri dari identifikasi input berdasarkan TOGAF, identifikasi kebutuhan data, dan deskripsi objek penelitian yang salah satunya berisi identifikasi kondisi *existing* perusahaan atau instansi (kondisi bisnis, data, aplikasi, dan teknologi *existing*).

Bab V Analisis dan Perancangan

Pada bab ini membahas secara mendetail mengenai hasil dari penelitian dan refleksinya terhadap tujuan penelitian yaitu berisi tahapan analisis dan perancangan terhadap *enterprise architecture existing* dan perancangan *enterprise architecture* pada UMKM J&C Cookies Bandung dengan menggunakan TOGAF ADM.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari pertanyaan penelitian yang disajikan di pendahuluan yaitu berisi penjabaran kesimpulan dari hasil penelitian tugas akhir perancangan dalam merancang *enterprise architecture* UMKM J&C Cookies Bandung. Saran penelitian dikemukakan pada bab ini untuk penelitian selanjutnya.