

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**



**Gambar 1.1 Logo CV GUNUNGSARI ENDAH**

*Sumber:* Pemilik Perusahaan

CV. GunungSari Endah adalah perusahaan milik perorangan yang bergerak di bidang teh, berawal dari untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan untuk keluarga, dan terus seiring berjalan dengan waktu. Perusahaan ini terletak di Kabupaten Bandung Jawa Barat. Membangun ekonomi daerah dan mensejahterakan masyarakat menjadi visi dari perusahaan. Teh merupakan salah satu minuman yang paling banyak di konsumsi di dunia setelah air. CV.GunungSari Endah percaya bahwa banyak potensi yang bisa dikembangkan.

CV.GunungSari Endah berdiri pada tahun 2004 pada saat itu memproduksi *black tea* dan *green tea*. Pada masa itu, teh dikemas secara tradisional dan dikenal dengan nama Teh Pabrik. CV.GunungSari Endah Bergerak pada penjualan bermodel *Business to Business (B2B)* dan juga mempunyai Produk Teh Cap Pabrik. Untuk menyediakan produk yang berkualitas CV.GunungSari Endah mengambil bahan baku terbaik dari seluruh Pulau Jawa. Pada saat ini penjualan teh cap pabrik hampir tersedia di seluruh jawa barat.



**Gambar 1.2 Produk CV GUNUNGSARI ENDAH**

*Sumber:* Pemilik Perusahaan

a. Visi dan Misi Perusahaan

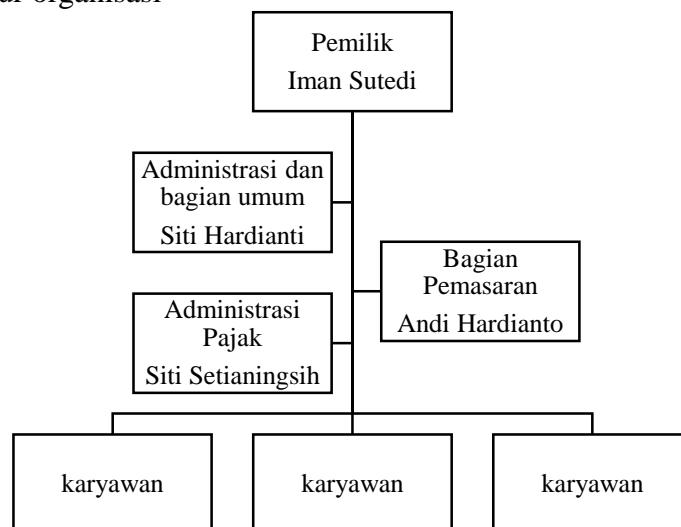
Visi:

CV. GunungSari Endah memiliki cita-cita untuk menjadi perusahaan yang membangun ekonomi daerah dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Misi:

Membangun kegiatan perekonomian daerah. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar tempat produksi perusahaan. Mensejahterakan lingkungan sosial di daerah sekitar produksi perusahaan.

b. Struktur organisasi



**Gambar 1.3 Struktur Organisasi CV.Gunungsari Endah**

*Sumber:* Pemilik CV.Gunungsari Endah

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

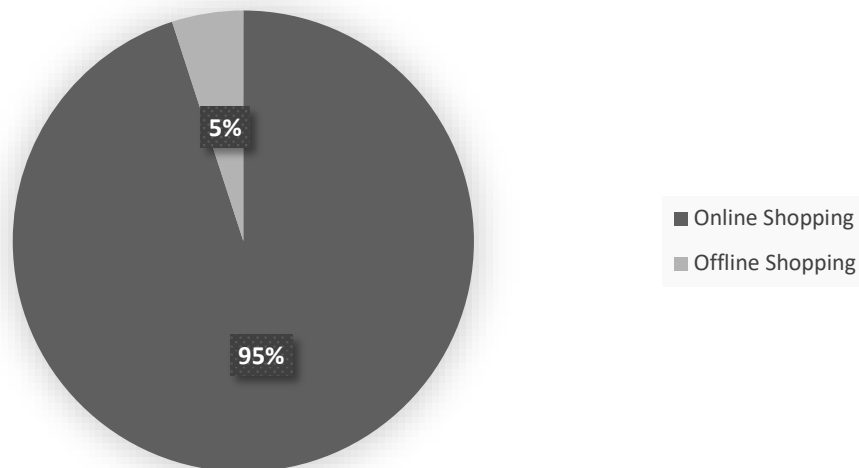
Perkembangan teknologi di era saat ini berkembang sangat pesat sehingga, masyarakat menggunakan teknologi untuk mencari solusi dari masalah yang sering dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Inovasi teknologi dipicu dengan perkembangan zaman sehingga permasalahan pada masyarakat maupun perusahaan dapat dipecahkan dengan adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat pada era ini.

Pesatnya kemajuan inovasi bukan hanya karena pemikiran yang terus berkembang tetapi lebih karena data yang menyebar dengan cepat melalui mesin pencari. Dari data yang segera disebar, akan selalu ada ruang untuk perkembangan baru guna mendukung kemajuan masa lalu dengan kemajuan yang lebih baik, kemajuan baru akan terus bermunculan seiring perkembangan zaman. (UGM, 2022)

Pada era manufaktur, manusia bergantung pada pekerjaan yang sulit, meskipun pada masa komputerisasi umumnya orang akan menggunakan bantuan mekanik, dan hasilnya adalah perpaduan antara manual dan lanjutan. Hal ini terjadi karena semakin banyak informasi yang diperoleh lingkungan aplikasi, semakin memungkinkan pembuatan kerangka kerja dengan penalaran buatan manusia. Setelah kekuatan otak buatan manusia tercipta, dunia akan memasuki fase perkembangan terakhir, khususnya waktu mekanis.

Dengan perkembangan teknologi yang pesat di era sekarang ini, pelaku bisnis harus mampu memahami kondisi dan situasi yang terjadi dengan beradaptasi untuk melakukan transformasi digital yang sejalan dengan revolusi industri 4.0. Kemajuan teknologi membawa pengaruh besar dalam dunia bisnis. Pesatnya kemajuan teknologi membawa dampak yang besar dalam urusan jual beli. Usaha baru banyak lahir dengan berbasis digital, kebanyakan usaha tersebut tidak memiliki toko fisik. Tren belanja *online* juga semakin diminati dengan berbagai kemudahannya, hal itu turut mempercepat proses digitalisasi bisnis.

### Shopping Decision in 2040 by Nasdaq



**Gambar 1.4 Shopping Decision in 2040**

*Sumber: www.nasdaq.com*

Menurut Nasdaq pada tahun 2040 mendatang nanti, sebesar 95 persen kegiatan belanja konsumen tidak akan lagi belanja datang ke toko melainkan akan dilakukan secara *online*. Berdasarkan data statistika dalam store.sirclo.com pada tahun 2021 lalu, jumlah pelanggan yang berbelanja secara *online* di seluruh dunia telah mencapai lebih dari dua miliar pengguna. Kondisi tersebut membuat banyak pelaku usaha mulai melakukan perpindahan dari toko fisik ke toko *online* atau digitalisasi (GuruFocus, 2017).

Menurut Marulanda (2021), digitalisasi adalah perubahan model bisnis untuk menggunakan proses digital daripada konvensional. Digitalisasi bisnis adalah integrasi teknologi yang mengubah model bisnis beroperasi di berbagai bidang, layanan, dan pemasaran dengan *customer* maupun pemangku kepentingan. Perubahan digitalisasi tidak hanya berdampak pada interaksi dengan *customer*, tetapi juga mengubah operasi bisnis.

Digitalisasi bisnis meningkatkan efisiensi pada proses, konsistensi, dan kualitas. Ketiga hal tersebut sangat memberikan peningkatan bagi perusahaan, diantaranya: (Infotech, 2022)

1. Mengintegrasikan dokumen ke dalam bentuk digital dan memperpendek rantai komunikasi.
2. Meningkatkan dan memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih baik.
3. Membantu dalam menyediakan layanan pelanggan dari seluruh dunia.
4. Mengurangi biaya operasional.
5. Mencegah *human error*.
6. Memanfaatkan data pengguna dan selanjutnya dianalisis.
7. Meningkatkan kelangsungan pertumbuhan bisnis.

Transformasi digital bagi bisnis memiliki banyak manfaat yaitu hemat biaya, memangkas waktu, memudahkan *customer*.

Langkah langkah digitalisasi pada bisnis: (Riskita, 2022)

1. Tentukan model bisnis  
Perubahan pada model bisnis menjadi *online* atau merubah sistem pada internal perusahaan.
2. Tentukan platform  
Menentukan jenis platform seperti dokumen, penjualan, kepegawaian, dan pemasaran.
3. Gunakan *website* dan media sosial  
Langkah awal dalam digitalisasi bisnis adalah dengan membangun *website* dan media sosial. Pada penelitian ini akan melakukan langkah tersebut dengan metode *design thinking*.
4. Digital marketing dan SEO  
Digital marketing dan SEO penting agar pertumbuhan bisnis digital maksimal.
5. Perangkat pendukung  
Digitalisasi bisnis artinya melakukan transformasi pada kegiatan bisnis ke digital, seperti mengubah catatan keuangan menggunakan perangkat pendukung aplikasi Excel.  
Membangun *website* adalah langkah awal membangun bisnis digital. Beberapa bisnis pada saat ini tidak menyadari bahwa mayoritas pelanggan mereka akan mengunjungi situs *website* sebelum melakukan pembelian, situs *website* bisa

meningkatkan pendapatan pada perusahaan. Dan tentu saja kualitas *website* mempengaruhi hasil.

Berikut adalah alasan pentingnya memiliki *website* bagi perusahaan: (Kaplan, 2020)

1. Kredibilitas
2. Branding
3. Leads
4. Organic Traffic
5. Saving time
6. Update and announcements
7. Digital marketing

*Website* diperlukan agar seluruh dunia dapat melihat dan tertarik. Dengan adanya situs, calon pembeli dapat menemukan barang yang kami tawarkan melalui alat pencarian web tanpa harus bertemu langsung. Tahapan, misalnya, situs sangat efektif dalam membuka akses masuk ke pasar perdagangan. Memiliki profil organisasi, misalnya, data organisasi sendiri di situs dapat memperluas kepercayaan calon pembeli yang tertarik dengan barang yang kita jual atau proposisi (Rinaldi, 2020). Pada penelitian Candiwan & C (2021) Hasil analisis penelitian menunjukkan kualitas informasi dari *website sangat* berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan *website*. Pada penelitian Adhi Prasetio & Aliffia Muchnita, (2022) ditemukan bahwa *website quality* sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian yang impulsif.

Untuk membuka peluang ekspor perusahaan setidaknya memiliki *website* sebagai langkah awal untuk mengeksport produknya. Pada penelitian ini bertujuan untuk digitalisasi bisnis berbasis *website* pada CV. Gunungsari Endah agar peluang untuk ekspor teh bisa tercapai.

Indonesia memiliki potensi untuk ekspor teh pada tahun 2021, teh Indonesia telah diekspor ke 62 negara tujuan, di mana kebanyakan ekspor teh dari Indonesia dikirim ke pembeli dari Malaysia (13,12%), Rusia (12,63%), dan Australia (10,32%). Terkait dari peluang tersebut B2B Meeting dan Indonesia *Tea Day* telah dilaksanakan untuk mempromosikan teh buatan Indonesia agar kesempatan dari

peluang tersebut tidak sia-sia. Kebutuhan teh dunia tentunya sangat tinggi mengingat teh pada saat ini merupakan bagian dari gaya hidup. Namun dengan adanya pergerakan pasar ekspor di era globalisasi karena persaingan bisnis yang ketat dalam era AFTA, AEC, dan IJEPA, juga menjadi hambatan perdagangan berupa kebijakan tarif dan non tarif, serta adanya dampak geopolitik, maka Indonesia perlu melakukan berbagai strategi untuk meraih pasar teh yang potensial (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Jawa Barat memiliki luas perkebunan teh terbesar di Indonesia yang memiliki luas 86.976 ha pada tahun 2021, menyumbang sekitar 77,62% dari perkebunan teh nasional. CV. Gunungsari Endah sendiri terletak di daerah Jawa Barat dimana memiliki potensi untuk ekspor cukup tinggi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

CV.Gunungsari Endah memiliki banyak peluang dan bisa mengembangkan usahanya dengan mengikuti perkembangan zaman seperti perubahan pada proses bisnis dengan men digitalisasi proses bisnis pada perusahaan berbasis *website*, Sehingga kedepannya perusahaan bisa memperluas bisnis nya untuk ekspor atau impor dan juga calon pembeli lebih percaya dengan perusahaan mempunyai sebuah *website* mengenai perusahaan dan produk dari perusahaan. Terutama CV.Gunungsari Endah terletak di Provinsi Jawa Barat yang dimana, Jawa Barat adalah yang paling banyak menyumbang produksi teh saat ini.

Berdasarkan penjelasan diatas perusahaan membutuhkan sebuah model desain yang bisa digunakan untuk meminimalisir kekurangan yang terdapat pada sarana digital *website* dengan menerapkan metode *design thinking* terhadap perancangan *website*. Menurut Pink (2019) dalam buku *A Whole New Mind* yang menyatakan bahwa di era konseptual diperlukan kemampuan yang berbeda dari era sebelumnya, desain menjadi salah satu kemampuan yang penting. Pada zaman ini rangkaian inovasi digital telah diterapkan pada pengaturan yang memiliki sifat bersaing kompetitif dan kooperatif lalu kemampuan digital juga berpengaruh dalam persaingan perusahaan. (Wahyuningtyas et al., 2021)

Perkembangan teknologi informasi mengharuskan kewirausahaan untuk mengikuti perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan internet sebagai

sarana pasar digital. Pada penelitian ini penulis ingin mendigitalisasi bisnis berbasis *website*. Agar perusahaan teh CV. Gunungsari Endah kedepannya mudah dan menambah kepercayaan calon pembeli terhadap perusahaan terutama untuk penjualan dalam negeri maupun ekspor.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang, masalah yang diangkat pemilik CV. Gunungsari Endah mengatakan perusahaan ini masih mengandalkan pemesanan produk melewati aplikasi *Whatsapp*, dan melakukan promosi melalui *Whatsapp broadcast*, poster dan *campaign* melalui stiker, poster, atau kalender yang dibagikan setiap tahun nya, bahkan seringkali perusahaan ini melakukan pengajuan melalui surat dan email saja.

Perusahaan ini masih memiliki kekurangan pada pengembangan digitalisasi pada perusahaan yang tidak tepat sasaran dan keterbatasan layanan. CV Gunungsari Endah masih Menggunakan layanan *Whatsapp* biasa.

Sehingga masalah yang ingin dikaji pada penelitian ini yaitu melakukan digitalisasi bisnis berbasis *website* menggunakan metode *design thinking* pada perusahaan CV. Gunungsari Endah. Bagaimana perancangan digitalisasi berbasis *website* pada perusahaan CV.Gunungsari Endah dengan menggunakan metode *design thinking*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah yang telah ditemukan, maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui:

Mengetahui perancangan digitalisasi berbasis *website* pada perusahaan CV.Gunungsari Endah dengan metode *Design thinking*.

### **1.5 Manfaat penelitian**

#### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dan informasi di bidang penelitian kewirausahaan yang berfokus pada penjualan barang atau jasa.



### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Bagi akademisi, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penulisan metode ilmiah ataupun skripsi di masa mendatang.
2. Bagi perusahaan atau pemilik Gunungsari, diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan sebagai pengembangan usaha dalam bentuk digitalisasi *website*.

### **1.6 Sistematika penulisan tugas akhir**

#### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat penelitian.

#### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

#### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian.

#### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri.

#### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.