

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM adalah istilah yang sudah tak asing lagi di telinga masyarakat. Apa itu UMKM? Kepanjangan UMKM atau singkatan UMKM yakni usaha mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah sendiri telah menetapkan pengertian UMKM dan kriterianya, beserta contoh UMKM. Arti UMKM tersebut tertuang dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM artinya sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil.

Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Sedangkan usaha yang tak masuk sebagai UMKM dikategorikan sebagai usaha besar, yakni usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Pengertian, Jenis, Contoh, dan Bedanya dengan Saham Di Tanah Air, arti UMKM memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian negara. Ini karena sektor UMKM adalah penyumbang PDB terbesar, paling banyak menyerap lapangan kerja, serta relatif tahan terhadap krisis keuangan. Sebagai contoh, Indonesia pernah diterpa krisis ekonomi hebat pada tahun 1998 yang membuat perusahaan-perusahaan besar tumbang. Namun saat krisis ekonomi tersebut, sektor UMKM banyak yang tetap bertahan. Aktivitas roda ekonomi dari UMKM di Indonesia justru menjadi penyelamat negara yang sedang berada dalam kondisi terpuruk.

Jenis UMKM

1. Usaha mikro Usaha mikro UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Baca juga: Apa Itu Restrukturisasi dan Restrukturisasi Kredit? Penjualan atau omzet dari usaha mikro dalam setahun paling banyak Rp 300 juta dan jumlah aset bisnisnya maksimal Rp 50 juta (di luar aset tanah dan bangunan). Tak jarang dalam pengelolaan, keuangan usaha mikro

masih tercampur dengan keuangan pribadi pemiliknya. Contoh UMKM mikro adalah pedagang kecil di pasar, usaha pangkas rambut, pedangan asongan, dan sebagainya.

2. Usaha kecil Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam UU tersebut. Arti UMKM kategori usaha kecil yakni memiliki kekayaan bersih antara Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta, lalu penjualan per tahun antara Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar. Baca juga: Mengenal Apa Itu Giro, Cek, dan Bilyet Giro Pengelolaan keuangan usaha kecil juga sudah lebih profesional ketimbang usaha mikro. Contoh UMKM kecil adalah usaha binatu, restoran kecil, bengkel motor, katering, usaha fotocopy, dan sebagainya.

3. Usaha menengah Sementara usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Kekayaan bersih usaha menengah di luar tanah dan bangunan sudah mencapai di atas Rp 500 juta per tahun (apa itu UMKM). Usaha menengah atau menengah UMKM adalah juga memiliki kriteria omzet penjualan sebesar lebih dari Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar per tahun. Selain pengelolaan keuangan yang sudah terpisah, usaha menengah juga sudah memiliki legalitas. Contoh UMKM menengah adalah perusahaan pembuat roti skala rumahan, restoran besar, hingga toko bangunan.

Melihat perkembangan UMKM yang sangat pesat, para pengusaha UMKM harus berinovasi dalam banyak hal. Salah satunya dalam bidang strategi pemasaran. Melihat berkembangnya teknologi sekarang pemasaran melalui jalur internet sangat menjanjikan, apalagi di internet biaya promosinya tergolong lebih murah.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang permasalahan yang telah di uraikan, maka di temukan rumusan masalahnya yaitu bagaimana merancang Aplikasi Toko Hari Snack Berbasis Web

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi web ini menampilkan galeri produk dari Hari Snack
2. Aplikasi ini juga bisa mempermudah pemesanan
3. System transaksi masih manual dengan melalui chat

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Merancang aplikasi berbasis Web untuk memngembangkan usaha.
2. Menerapkan aplikasi berbasis Web untuk pemasaran yang lebih luas

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Mempermudah pemasaran produk-produk hari snack
2. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam pemasaran
3. Mempermudah user dalam mempromosikan dan menerima orderan dari pembeli.