

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era kemajuan teknologi sekarang yang sangatlah pesat khususnya pada bidang system informasi yang dimana kemajuan tersebut sudah memasuki ke semua bidang, pada kasus kemajuan ini, banyak perusahaan – perusahaan menggunakan peluang ini sebagai fungsi dalam mengembangkan perusahaannya, maka dari itu terjadilah hal yang bersifat kompetitif dari perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya, , begitu juga UMKM terkhusus pada bidang informasi juga dapat memperluas jangkauan agar usahanya dikenal khalayak ramai. Untuk mempunyai teknologi informasi tersebut tentunya membutuhkan kemampuan dalam merealisasikan teknologi pada era sekarang.

Pada Kabupaten Bogor, berbagai tempat *hangout* semakin bertambah, khususnya pada sektor *food and beverage*. *Food and beverage* merupakan penggalan yang memiliki peranan menyiapkan serta menyediakan makan dan minum yang dihidangkan untuk para tamu yang berada di hotel maupun diluar (Mertayasa, 2016:2).

Perkembangan bisnis pada sector ini telah berkembang dalam beberapa aspek, termasuk perubahan dalam pola makan dan preferensi konsumen, pengaruh teknologi, tren makanan dan minuman, serta inovasi dalam konsep restoran dan kafe. Penggunaan teknologi telah mempengaruhi cara konsumen memesan dan membayar makanan. Sebagai contoh penggunaan web pemesanan makanan dan minuman secara online. Melalui aplikasi ini, konsumen dapat melihat menu dan memesan makanan dengan mudah hal ini pula dapat meningkatkan efesiensi operasional bisnis.

Paradigma Coffee berlokasi di Desa Kedung Waringin, Bojong Gede, Bogor. Persaingan bisnis pada sektor *food and beverage* sangat kompetitif terutama *coffee shop* dan tempat *hangout*, seiring

berkembangnya zaman terdapat inovasi dari racikan – racikan yang dibuat untuk menyuguhkan pelanggan, sehingga membuat cita rasa yang khas agar pelanggan merasakan perbedaan dari tempat *coffee shop* yang lain. Pada kopi, yang sebelumnya kita hanya mengetahui kopi hitam dan kopi susu saja, sekarang terdapat varian – varian baru.

Bisnis *Coffee Shop* sendiri menjadi bisnis yang sangat berpotensi untuk meraih keuntungan pada era globalisasi ini jika didukung pemasaran dan kualitas pelayanan yang optimal. Perkembangan bisnis di sektor *food and beverage* ini juga harus mempertimbangkan kondisi *interior* dan *eksteriornya*, dari kondisinya harus dibuat semenarik mungkin agar para pelanggan terasa nyaman, dan aman. Agar pelanggan merasa menikmati dan betah pada *coffee shop* yang dikunjungi.

Teknologi untuk mengakses suatu informasi salah satunya ialah gadget, komputer jinjing, dan juga komputer. Sehingga pada tempat *coffee shop* termasuk salah satu peluang yang berpotensi besar pada zaman globalisasi yang sedang berkembang saat ini. Akan tetapi yang menjadi suatu persoalan yakni tidak banyak *coffee shop* khususnya Paradigma Coffee tidak didukung oleh promosi yang optimal, sehingga membuat informasi mengenai profil dari paradigma coffee ini dan juga produk yang ditawarkan tidak menjangkau luas dan juga terbatas terhadap masyarakat.

Pembuatan web pemesanan memberikan pengalaman pengguna yang lebih konsisten dibandingkan hanya dengan mempromosikan bisnis di media sosial saja. Pengguna dapat dengan mudah menjelajahi menu, memilih pilihan menu, dan melakukan pemesanan langsung melalui platform yang dirancang khusus untuk tujuan tersebut. Dengan adanya permasalahan ini, diperlukan sebuah sistem yang dapat menjawab permasalahan di atas. Oleh karena itu penelitian ini diajukan dengan judul **“RANCANG BANGUN APLIKASI PENJUALAN PADA UMKM BERBASIS WEB (STUDI KASUS: PARADIGMA COFFEE)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang diberikan, terdapat macam-macam identifikasi masalah yang dapat diidentifikasi, di antaranya:

1. Belum tersedianya sistem penjualan online secara real price sehingga harga yang ditawarkan ke pelanggan belum sesuai dengan harga asli yang ada dimenu.
2. Kurangnya dukungan promosi yang optimal, sehingga informasi mengenai profil dan produk yang ditawarkan oleh Paradigma Coffee tidak menjangkau luas dan terbatas terhadap masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Ada beberapa pertimbangan sebagai aspek dalam merancang web pemesanan agar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik bisnis Paradigma coffee yaitu bagaimana merancang aplikasi penjualan pada UMKM yang sesuai dengan kebutuhan Paradigma Cofee?

1.4 Ruang lingkup dan batasan

1.4.1 Ruang lingkup

Sistem hanya berfokus pada pengembangan aplikasi penjualan paradigma coffee yang mencakup promosi, pengenalan produk melalui website sampai dengan pengantaran produk tersebut yang dipesan oleh pelanggan.

1.4.2 Batasan

1. Aplikasi akan menggunakan metode pembayaran yang dilakukan secara COD (cash on delivery). Ini berarti pelanggan akan melakukan pembayaran secara langsung saat produk dikirim atau diambil.
2. Area pengantaran produk yang dipesan akan dibatasi pada daerah atau wilayah tertentu. Pengantaran dilakukan hanya di daerah yang ditentukan, yaitu Kecamatan Bojong Gede, Kab. Bogor.

3. Aplikasi penjualan belum menyediakan fitur chat. Komunikasi antara pelanggan dan penjual akan dilakukan melalui saluran komunikasi lain, seperti telepon atau email.
4. Aplikasi ini yang dikembangkan ini dalam terbatas dalam bentuk website, yang berarti hanya dapat diakses melalui browser.
5. Aplikasi ini akan dikembangkan khusus untuk UMKM Paradigma Coffee. Oleh karena itu, semua fitur dan fungsionalitas yang dibuat berkaitan dengan dengan penjualan produk untuk Paradigma Coffee.

1.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

Dari uraian rumusan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini dengan tujuan untuk mengembangkan aplikasi penjualan berbasis website pada UMKM Paradigma Coffee yang mencakup promosi, pengenalan produk melalui website, dan pengantaran produk yang dipesan oleh pelanggan.

1.5.2 Manfaat

1. Memberikan solusi teknologi yang inovatif bagi UMKM Paradigma Coffee untuk meningkatkan operasional dan penjualan mereka melalui penggunaan aplikasi penjualan berbasis website.
2. Memperluas jangkauan penjualan serta pemasaran produk UMKM Paradigma Coffee dengan adanya platform digital yang dapat diakses oleh pelanggan.
3. Memberikan kontribusi terhadap penelitian dan pengembangan aplikasi penjualan berbasis website dalam konteks UMKM, sehingga dapat digunakan sebagai referensi oleh UMKM lainnya yang ingin mengadopsi teknologi serupa.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah urutan penulisan laporan tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis menguraikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Ruang Lingkup dan Batasan, Tujuan Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini membahas beberapa teori yang didapatkan dari studi literatur dan berbagai referensi terkait dengan tema yang sedang dibahas. Teori-teori yang dibahas berhubungan dengan rancang bangun aplikasi penjualan.

BAB III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini penulis memaparkan tentang metode penelitian yang digunakan dalam pengembangan aplikasi. Selain hal tersebut dipaparkan pula tentang kerangka penguraian masalah yang menguraikan tahap-tahap untuk menguraikan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya dan juga tentang metode pengujian sistem yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV : Perancangan dan Implementasi Sistem

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang perancangan sistem yang mencakup perancangan layout, perancangan database, gambaran aplikasi website yang akan diimplementasikan dalam aplikasi tersebut dan juga dalam bab ini penulis menguraikan tentang implementasi sistem yang dibuat berdasarkan rancangan sebelumnya meliputi pengertian implementasi aplikasi, tujuan, serta implementasi sistem aplikasi.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran.