

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kemajuan Teknologi pada era digital ini sangatlah pesat, terbukti dari banyaknya Perusahaan atau Organisasi mulai dari yang kecil, menengah maupun yang besar telah memanfaatkan adanya kemajuan teknologi ini. berbagai Perusahaan memanfaatkan kemajuan teknologi ini bukan tanpa sebab, yaitu mereka akan mendapatkan kemudahan untuk beroperasi dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan bidang mereka, Sebagian aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya (Saat Ibnu Waqfin et al., n.d.). contohnya seperti UMKM makanan, mereka akan lebih mudah memasarkan, memproses penjualan mereka dengan memanfaatkan adanya perkembangan teknologi yang pesat ini. kemajuan teknologi yang biasanya digunakan oleh wirausaha seperti UMKM ini adalah website, aplikasi digital dan pembayaran digital. Namun terlepas dari banyaknya UMKM yang sudah memanfaatkan teknologi yang sudah ada, di sisi lain muncul pula masalah dan tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital (Suroto, n.d.). Terdapat beberapa aspek umum yang dapat mempengaruhinya yaitu masih banyak UMKM yang kekurangan tenaga kerja terampil untuk memahami teknologi digital. keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan alat teknologi dapat menghambat proses digitalisasi. Lalu hambatan juga kerap datang dari aspek modal dan Investasi, modal seringkali menjadi penghambat bagi UMKM untuk berinvestasi dalam teknologi baru, biaya untuk perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan dapat memerlukan biaya yang tidak sedikit. Dari segi infrastruktur, tentunya juga dapat memberikan hambatan yang seringkali dialami beberapa UMKM seperti di beberapa daerah, infrastruktur internet dan teknologi masih terbatas, karena jaringan internet yang cepat dan stabil sangat berperan penting dalam memanfaatkan atau menjalankan teknologi digital. Walaupun masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada pada saat ini, Pemerintah selalu mendukung para pelaku UMKM ini melalui program yang telah disediakan.

Perkembangan dan pertumbuhan para pelaku UMKM di Indonesia selalu mendapat dukungan dari program pemerintah yaitu dengan adanya komitmen dari Kementrian Koperasi

dan Usaha Kecil (Kemenkop UKM). Beberapa bentuk dari komitmen ini yaitu adalah meningkatkan akses pasar di dalam maupun luar negeri, meningkatkan daya saing kapasitas dan kualitas produk/jasa UMKM, dan peningkatan produksi dan inovasi. (Nurhaliza, 2022) UMKM memiliki peran besar terhadap PDB Indonesia, yaitu sebesar 61.97% dari PDB Nasional atau sekitar 8.500 triliun pada tahun 2020. UMKM juga berkontribusi dalam pemasukan tenaga kerja yang berjumlah sangat besar, yaitu sekitar 97% dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Kenaikan jumlah UMKM di Indonesia memberikan dampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja produktif di Indonesia. Selain itu, UMKM juga telah menyerap kredit usaha kurang lebih Rp1 triliun. Jumlah UMKM ini tidak terfokus hanya dalam perkotaan besar saja, namun juga sampai ke pelosok terpencil daerah di Indonesia. (Nurhaliza, 2022) Meskipun berjalan dengan sangat besarnya perkembangan dan porsi ekonomi yang dipegang, UMKM memiliki kendala dalam pemasaran. Infrastruktur yang belum memadai dapat menjadi faktor utama yang menyebabkan UMKM memiliki orientasi pasar yang rendah. Kunci keberhasilan atau kemakmuran sebuah UMKM adalah memiliki pasar yang jelas. UMKM jika ingin memperluas pemasaran dapat memanfaatkan fasilitas teknologi yang sangat berkembang pada saat ini. (Arisandi, 2018) Sebuah bisnis kecil maupun besar diharuskan memiliki suatu kesadaran merek yang positif di pasaran. Merek adalah sebuah aset yang bersifat seperti modal, dan mampu menggerakkan strategi dan performa bisnis. Sebuah merek yang memiliki nilai positif yang cukup tinggi dapat membantu pemasar untuk memasarkan produk, dikarenakan pasar memiliki persepsi yang positif terhadap merek tersebut. (Aaker, 2015) Bagi konsumen, merek adalah faktor utama yang cukup kuat dalam memperkenalkan suatu produk dengan cepat. Dalam populasi yang banyak, konsumen dapat mengenal merek mana yang cenderung diminati dan tidak disukai. Konsumen dapat secara cepat mengingat informasi terkait apa yang melekat kepada merek tersebut. Oleh karena itu branding terhadap merek merupakan salah satu cara yang cukup penting dalam menentukan keunggulan kompetitif (Chovanová, 2015). Dalam melaksanakan penelitian ini, tentunya penulis membutuhkan satu mitra untuk dijadikan objek.

Penulis menjadikan Rumah makan Surabaya 2 menjadi objek penelitian. Rumah Makan Surabaya 2 berdiri pada Agustus 2012 dan berlokasi di Jalan Raya Lintas Pantai Timur Sumatera, Mataram Baru, Kecamatan Mataram Baru, Kabupaten Lampung Timur, Lampung 34199. Rumah makan Surabaya 2 merupakan salah satu rumah makan yang terletak di desa Sri menanti Mataram baru, Kabupaten Lampung Timur. Rumah makan ini berdiri sejak Agustus

2012, rumah makan ini menyediakan beberapa menu khas makanan Jawa Timur seperti sate ayam, sate kambing, gulai kambing, ayam penyet dan menu hidangan lainnya. Dari awal sejak rumah makan ini berdiri, tentu saja mengalami kenaikan dan penurunan konsumen atau pembeli, yang dimana akan berdampak pada pendapatan. Untuk mencoba meminimalisir penurunan yang kerap terjadi, penulis bertujuan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendigitalisasi UMKM ini. Berdasarkan keluhan yang disampaikan oleh pemilik rumah makan Surabaya 2, masalah yang biasanya dialami oleh pemilik UMKM ini yaitu kurangnya efisiensi dalam melayani konsumen secara jarak jauh atau online. Saya berfokus untuk merancang dan mengembangkan website untuk UMKM rumah makan Surabaya 2. Kota Surabaya, sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia, memiliki kekayaan kuliner yang beragam dan unik. Dari masakan tradisional hingga inovasi modern, rumah makan Surabaya 2 menawarkan banyak pilihan bagi konsumen. Namun, banyak UMKM rumah makan seperti Rumah makan Surabaya 2 ini yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka.

Dengan adanya tujuan penulis untuk merancang website ini, diharapkan dapat memaksimalkan pasar atau konsumen yang yang berasal dari daerah sana maupun dari luar. Website yang akan dikembangkan dalam proyek ini bertujuan untuk menjadi platform yang informatif dan interaktif, memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menemukan informasi terkait menu, lokasi, jam operasional, serta melakukan pemesanan secara online. Penulis juga berfokus untuk menambahkan fitur pemesanan catering atau prasmanan, karena dari segi penjualan catering dan prasmanan itu merupakan salah satu sisi penjualan yang bisa mendapat keuntungan besar namun selama ini belum ditemukan Solusi untuk mengoptimalkannya. Dengan adanya pemanfaatan teknologi untuk rumah makan Surabaya 2 ini diharapkan adanya peningkatan visibilitas dan daya saing dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Meskipun banyak pelanggan yang sudah puas dengan hidangan yang disajikan oleh rumah makan Surabaya 2, seiring berkembangnya zaman maka tidak menutup kemungkinan akan mengalami ketertinggalan jika tidak cepat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, Menghadapi tantangan dan adanya peluang tersebut, tentunya UMKM harus bergerak secara dinamis dan cepat dalam mengelola bisnisnya (Studi Manajemen & Tri Bhakti, n.d.). Metode pemasaran yang selama ini dilakukan oleh pemilik rumah makan Surabaya 2 sepertinya tidak praktis lagi untuk dilakukan di zaman yang serba digital ini, seperti menggunakan selebaran

(poster, pamflet dan lainnya), promosi dari mulut ke mulut. Metode ini tentunya tidak efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, Terutama generasi muda yang lebih cenderung menggunakan teknologi dan platform online dalam mencari informasi. Selain itu, Keterbatasan akses informasi bagi konsumen juga menjadi masalah signifikan, banyak pelanggan potensial yang tidak mengetahui keberadaan rumah makan yang berkualitas di sekitar mereka, sehingga mereka kehilangan kesempatan untuk menjelajahi pilihan kuliner yang ada.

Perancangan website berbasis e-commerce untuk UMKM ini tentunya memerlukan penerapan metode agar menghasilkan suatu website yang dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha itu sendiri, terdapat beberapa contoh metode dalam perancangan website, seperti waterfall, agile, prototype dan lain-lain. Pada penelitian ini, penulis memutuskan untuk menggunakan metode prototype dikarenakan terdapat keunggulan dari metode tersebut yang dapat dimanfaatkan oleh penulis maupun pemangku kepentingan yang ada seperti pemilik UMKM. Dengan menggunakan prototype, pengembangan sistem menjadi lebih efisien dan memungkinkan penghasilan solusi yang lebih baik. Dalam tahapan ini, pengembang dapat menguji fungsionalitas sistem, mengevaluasi desain, dan memperoleh masukan dari pengguna untuk meningkatkan performa dan kualitas sistem yang akan dikembangkan. Dengan demikian, metode prototype memberikan keuntungan yang signifikan dalam menghasilkan sistem yang lebih baik dan meminimalkan risiko kesalahan yang mungkin terjadi dalam tahap pengembangan (Andini et al., 2023).

I.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah sistem informasi berbasis website e-commerce yang dapat mengoptimalkan pengoperasian penjualan makanan di rumah makan Surabaya 2. Penelitian ini akan memberikan Solusi mengenai bagaimana merancang sebuah sistem yang dapat membantu dalam pemasaran, penjualan serta pengenalan UMKM Surabaya 2 agar lebih luas dengan cara yang mudah diakses oleh konsumen. Perancangan website ini bermaksud untuk meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan pengalaman pemesanan dengan mudah dan cepat. Penelitian ini juga mengkaji tantangan-tantangan yang mungkin akan muncul dalam proses pengembangan dan pengimplementasian sistem

serta merancang strategi yang efektif untuk mengatasinya. Berikut beberapa rumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis:

1. Apa saja fitur-fitur yang diperlukan dalam perancangan website e-commerce untuk rumah makan Surabaya 2 agar dapat memfasilitasi pemesanan makanan, catering dan prasmanan yang berpotensi membantu proses pelayanan dengan menggunakan metode prototipe?
2. Bagaimana cara mendesain antarmuka website ini agar menarik dan user friendly untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses website?

Dengan perumusan masalah yang telah dijabarkan, penelitian ini dapat berfokus pada solusi untuk setiap aspek diatas dalam rangka menciptakan website e-commerce yang berpotensi mempermudah proses operasional bagi UMKM rumah makan Surabaya 2.

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Mendesain dan mengembangkan website e-commerce yang dapat memfasilitasi pemesanan makanan maupun pemesanan catering dan prasmanan secara online untuk UMKM rumah makan Surabaya 2, untuk meningkatkan efisiensi operasional, memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan, dan memperluas jangkauan pasar.

1. Menganalisis kebutuhan UMKM : mengidentifikasi fitur-fitur yang dibutuhkan terkait layanan pemesanan makanan, catering dan prasmanan secara online dengan menggunakan metode prototipe.
2. Merancang antarmuka pengguna (UI) : Membuat desain antarmuka yang menarik dan user friendly untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses website.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Pada subbab ini, penelitian ini akan bertujuan membahas manfaat penelitian bagi mitra UMKM rumah makan Surabaya 2, bagi akademisi atau institusi Pendidikan, dan juga manfaat untuk peneliti lain.

1. Manfaat bagi mitra UMKM : penelitian ini diharapkan memberikan manfaat signifikan bagi mitra UMKM rumah makan Surabaya 2, dengan menyediakan platform website yang berguna untuk meningkatkan efisiensi pemesanan makanan, catering dan

prasmanan. Dengan adanya system pemesana online, umkm dapat menjangkau lebih banyak target pasar, mempercepat proses transaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan akses informasi menu. Selain itu, pengembangan fitur yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing di pasar UMKM yang semakin memanfaatkan teknologi digital.

2. Manfaat untuk akademisi/institusi Pendidikan : Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi atau acuan dalam pengembangan system informasi dan e-commerce berbasis website, khususnya dalam bidang UMKM. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai studi kasus untuk mata kuliah terkait teknologi informasi, bisnis digital, dan kewirausahaan. penelitian ini dapat memicu diskusi dan penelitian lebih lanjut mengenai penerapan teknologi dalam sektor UMKM, serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.
3. Manfaat untuk peneliti lain : Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi peneliti lain yang tertarik dalam bidang yang sama. Hasil dan temuan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian lanjutan mengenai pengembangan website, strategi pemasaran digital, atau studi tentang perilaku konsumen dalam pemesanan makanan secara online. Peneliti lain dapat memanfaatkan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, serta data yang diperoleh, untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas atau mendalam di sektor UMKM atau industri kuliner.

I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Fokus penelitian ini akan tertuju pada rumah makan Surabaya 2 sebagai subjek penelitian, lalu pengembangan website menggunakan metode prototipe akan dibatasi pada fitur-fitur utama yang berkaitan dengan pemesanan makanan, catering dan prasmanan secara online, seperti katalog menu, dan sistem pemesanan online. Batasan ini bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian ini dapat memberikan Solusi yang tepat dan relevan dalam meningkatkan pengalaman pemesanan makanan, catering dan prasmanan bagi konsumen, tanpa membahas fitur-fitur lain yang tidak langsung mendukung proses pemesanan.

I.6 Sistematika Laporan

Sistematika penulisan laporan ini dirancang untuk memberikan gambaran terstruktur mengenai isi penelitian yang dilakukan, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami alur pemikiran dan hasil yang dicapai. Penjelasan tiap bab dan subbab disesuaikan dengan fokus penelitian terkait perancangan website berbasis e-commerce untuk UMKM Rumah Makan Surabaya 2 menggunakan metode prototype. Berikut uraian masing-masing bab:

1. Bab I - Pendahuluan

Bab ini berisi pengantar mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika laporan. Penjelasan difokuskan pada pentingnya digitalisasi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis, dengan fokus utama pada Rumah Makan Surabaya 2.

2. Bab II - Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas teori-teori dan penelitian terdahulu yang relevan, seperti konsep sistem informasi, website, e-commerce, UMKM, serta metode prototype. Analisis literatur dilakukan untuk menunjukkan bagaimana metode prototype dipilih sebagai pendekatan yang sesuai untuk pengembangan website ini.

3. Bab III - Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi pengumpulan data, pengolahan data, tahapan pengembangan menggunakan metode prototype, dan metode evaluasi. Penjelasan juga mencakup tahapan iteratif pengembangan prototipe yang melibatkan masukan pengguna secara langsung.

4. Bab IV – Penyelesaian Permasalahan

Bab ini berisi hasil dari pengumpulan dan analisis data yang diperoleh dari observasi dan wawancara, serta bagaimana data tersebut diolah untuk merancang dan mengembangkan website. Disertai pula dengan dokumentasi desain sistem seperti diagram UML, mockup sistem dan desain akhir tampilan antarmuka.

5. **Bab V – Validasi, Hasil, dan Implikasi**

Bab ini memaparkan hasil akhir dari pengembangan website e-commerce UMKM Rumah Makan Surabaya 2. Dibahas mengenai bagaimana website diimplementasikan, fungsionalitas fitur-fitur yang dibangun, serta dampak dan manfaat yang dirasakan oleh mitra UMKM setelah sistem dijalankan.

6. **Bab VI – Kesimpulan dan Saran**

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan, serta saran untuk pengembangan sistem selanjutnya agar dapat memberikan manfaat yang lebih luas, baik untuk mitra UMKM maupun untuk pengembangan penelitian di masa mendatang.