

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru. Sistem tersebut dibangun untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan melalui pemilihan alternatif sistem yang terbaik[1]. Perkembangan teknologi saat ini telah mempengaruhi pola pikir, tingkah laku, dan budaya dalam masyarakat. Berkembangnya teknologi membuat dunia bisnis turut semakin berkembang pesat[2].

Tanaman kopi merupakan komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia. Hal ini dikarenakan tanaman kopi Indonesia mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasaran dunia. Permintaan kopi Indonesia dari waktu ke waktu terus meningkat khususnya jenis kopi robusta. Kopi robusta mempunyai keunggulan bentuk yang cukup kuat serta kopi arabika mempunyai karakteristik cita rasa (*acidity*, aroma, *flavour*) yang unik. Berdasarkan data dari *Worldbank*, Indonesia merupakan negara eksportir kopi ke-4 dunia dengan kontribusi rata-rata sebesar 24,30 persen. Kemudian diikuti dengan Vietnam (17,94%) dan Colombia (10,65%). Negara tujuan ekspor kopi Indonesia yang utama adalah Negara Amerika Serikat dengan kontribusi rata-rata sebesar 19,35 persen dari total ekspor kopi Indonesia, serta ke Negara Jepang, Jerman, Italia[3]. Ekspor kopi Indonesia tidak hanya bentuk biji (*beans*) tetapi juga bentuk kopi olahan diantaranya kopi sangrai, kopi bubuk, dan kopi terlarut[4].

Bisnis kedai kopi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh pergeseran hidup dan *trend* dikalangan masyarakat yaitu berupa nongkrong di tempat kedai kopi. Adanya *trend* tersebut membuat bisnis kedai kopi meningkatkan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dan ini dapat dipenuhi dengan

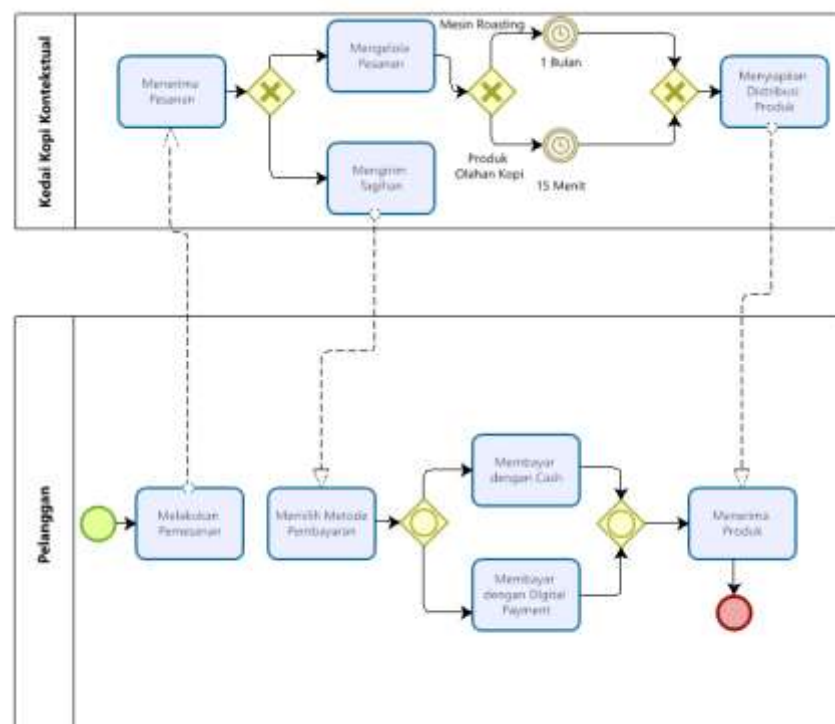
meningkatkan kualitas pelayanan. Strategi yang dapat digunakan dalam menghadapi persaingan yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Pelanggan akan merasa puas jika persepsi terhadap produk baik barang maupun jasa itu sama atau lebih dari yang diharapkan. Persepsi tersebut salah satunya terkait pelayanan yang diberikan kedai kopi[5].

Kualitas pelayanan, produk, rasa dan varian, suasana, promosi, lokasi, serta kemasan merupakan faktor-faktor yang digunakan oleh pelanggan dalam preferensi mengkonsumsi kopi. Pengalaman pemasaran juga memiliki dampak yang penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Pengalaman pemasaran dapat dijadikan strategi dalam menarik perhatian pelanggan[5].

Kedai Kopi Kontekstual merupakan salah satu kedai kopi yang berlokasi di Kabupaten Banyumas tepatnya Kelurahan Berkoh, Purwokerto Selatan. Sejak tanggal 3 Juli 2021, Kedai Kopi Kontekstual pindah lokasi ke daerah Kutasari, Purbalingga. Berdasarkan wawancara dengan pemilik yaitu Ibu Jihan Kumala, S.Kom., didapatkan hasil bahwa Kedai Kopi Kontekstual masih dalam proses bertumbuh dan berkembang. Beberapa produk yang ditawarkan Kedai Kopi Kontekstual diantaranya biji kopi mentah robusta, biji kopi matang, jasa *roasting* kopi, dan mesin *roasting*. Tempatnya yang strategis dan berada di pusat keramaian membuat target pasar dari Kedai Kopi Kontekstual adalah masyarakat sekitar Purwokerto yang memiliki ketertarikan dalam dunia perkopian. Permasalahan yang ada pada Kedai Kopi Kontekstual yaitu terkait jangkauan pemasaran yang masih terbatas atau bergantung pada konsumen tetap dan penduduk sekitar lokasi usaha. Saat ini produk biji kopi dan mesin sangrai belum secara maksimal memberikan perputaran penghasilan bagi Kedai Kopi Kontekstual. Asset yang dimiliki Kedai Kopi Kontesktual cukup besar yaitu kebun kopi robusta, mesin sangrai, dan sumber daya manusia. Melalui asset-asset tersebut pemilik Kedai Kopi Kontekstual berharap dapat meningkatkan penjualan. Kondisi pasar yang terbatas membuat Kedai Kopi Kontekstual perlu melakukan upaya untuk memperkenalkan kedai kopi ke pasar yang lebih luas.

Terutama untuk komoditas kopi yang biasa dijual dengan cara pengiriman seperti biji kopi maupun kopi bubuk dan mesin buatan Kedai Kopi Kontekstual.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa Kedai Kopi Kontekstual dalam menjalankan beberapa proses bisnisnya masih dilakukan secara manual namun telah memanfaatkan teknologi *digital payment*. Diagram *business process modeling* dari proses Kedai Kopi Kontekstual menggambarkan bagaimana kedai kopi ini menangani pesanan pelanggan. Pelanggan dapat memilih dan memesan produk berdasarkan preferensi mereka. Kedai Kopi Kontekstual memproses pesanan- menerima pembayaran- mengirim produk baik produk olahan kopi maupun mesin kepada pelanggan. Bisnis proses pelayanan Kedai Kopi Kontekstual digambarkan pada Gambar 1.1 :



Gambar 1. 1 Proses Bisnis Kedai Kopi Kontekstual

Dinamika pada aspek ekonomi terus terjadi. Tidak hanya proses produk yang semakin mengandalkan kecanggihan teknologi, namun ternyata pola konsumsi millennial kini mengandalkan internet. Lokasi dan alat transaksi tidak selalu berbentuk fisik atau kasat mata. Transaksi virtual menjadi hal yang tidak

asing bagi masyarakat millennial. Sepanjang tahun 2016, Bank Indonesia menyatakan bahwa terdapat sekitar 24,73 juta orang berbelanja melalui *online*. Pasar digital memberi peluang yang sama bagi semua orang, khususnya untuk masyarakat millennial yang dikenal akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi. Sektor ekonomi baru ini diharapkan signifikan meningkatkan perekonomian sekaligus kesejahteraan, mengingat pasar digital tidak memandang ruang dan waktu[6].

Berdasarkan kebutuhan yang sedang dihadapi Kedai Kopi Kontekstual yaitu pengembangan pasar maka dibutuhkan pembangunan media pemasaran menggunakan *website*. Sebagai upaya pengembangan pasar Kedai Kopi Kontekstual membutuhkan fasilitasi *website* yang mampu mengakomodasikan penjualan dan sistem transaksi. *Website* Kedai Kopi Kontekstual akan dibangun menggunakan metode *prototyping*.

Metode *prototyping* merupakan salah satu pendekatan dalam rekayasa perangkat lunak yang secara langsung mendemonstrasikan bagaimana mengembangkan sistem secara sederhana, memberikan akses kepada pengguna memiliki konsep dasar tentang sistem serta pengujian. Metode ini menggambarkan pengembangan sistem dengan meminta pengembang dengan *user* saling berinteraksi atau komunikasi selama proses pembuatan. Hal ini membuat pengembang dapat dengan mudah memodelkan aplikasi yang dibangun. Kelebihan dari metode *prototyping* adalah pengguna berperan aktif dalam pengembangan perangkat lunak sehingga hasil produk akan semakin mudah disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan, penentuan kebutuhan lebih mudah diwujudkan, adanya komunikasi yang harmonis antara pengguna dan pengembang, pengembang dapat bekerja lebih baik dalam menentukan kebutuhan pelanggan[7]. Jika dibandingkan metode *waterfall*, metode *prototyping* lebih unggul dalam menghemat waktu pengerjaan karena pada metode *waterfall* terdapat waktu kosong bagi pengembang. Faktor yang menyebabkan waktu kosong adalah harus menunggu anggota tim proyek lainnya menuntaskan pekerjaannya. Kekurangan metode *waterfall* lainnya yaitu terdapat kesulitan jika

mengalami perubahan kebutuhan yang diinginkan pelanggan sedangkan metode *prototyping* penentuan kebutuhan lebih mudah diwujudkan[8]. Alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan objek-objek dalam sistem adalah UML (*Unified Modelling Language*). UML merupakan bahasa yang telah menjadi standar dalam industri untuk visualisasi, merancang dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak. Adapun tujuan utama UML dalam sebuah perancangan sistem antara lain untuk memberikan model yang siap pakai, bahasa visual yang ekspresif untuk mengembangkan dan saling menukar model dengan mudah dan dimengerti secara umum, memberikan bahasa pemodelan yang bebas dari berbagai bahasa pemrograman, serta menyatukan praktek-praktek terbaik yang terdapat dalam pemodelan[9].

Perancangan *website e-commerce* Kedai Kopi Kontekstual menggunakan metode *prototyping* merupakan langkah solutif untuk menjawab permasalahan dan peluang yang ada. *Website* Kedai Kopi Kontekstual diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, *brandawareness*, serta meningkatkan pengetahuan calon pelanggan terkait informasi dan keberadaan Kedai Kopi Kontekstual. Sistem yang dibangun menyediakan informasi yang dibutuhkan calon pelanggan yaitu detail dari produk baik gambar maupun biaya. Perancangan sistem ini terangkum dalam penelitian “**PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE PRODUK KOPI MENGGUNAKAN METODE PROTOTYPING (STUDI KASUS: KEDAI KOPI KONTEKSTUAL)**”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan uraian yang ada pada latar belakang permasalahan, maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu belum adanya sistem yang dapat mengelola transaksi penjualan Kedai Kopi Kontekstual.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya :

1. Merancang *website e-commerce* Kedai Kopi Kontekstual menggunakan metode *prototyping*

2. Menjadikan *website e-commerce* Kedai Kopi Kontekstual sebagai suatu alternatif media informasi yang dapat memudahkan pelanggan mengetahui detail produk, informasi Kedai Kopi Kontekstual.

1.4. Batasan Masalah/Ruang Lingkup

Berdasarkan pada permasalahan yang ada, maka dibuat batasan masalah supaya penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus dan mendalam. Adapun batasan-batasan masalah yang ada pada proposal penelitian ini diantaranya:

1. Pemodelan dalam merancang sistem ini menggunakan pemodelan UML.
2. Perancangan sistem menggunakan bahasa pemrograman *visual studio code*, *javascript (framework ReactJS)*, *Node Js*, dan database MySQL. Metode yang digunakan dalam perancangan *website e-commerce* Kedai Kopi Kontekstual adalah *prototyping*.
3. *Website* akan menyajikan sistem menu yang terdiri dari penjualan, sistem transaksi, informasi, dan *home* atau beranda.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dapat dijadikan sarana pengembangan bisnis Kedai Kopi Kontekstual.
2. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut yang sejenis.
3. Hasil perancangan *website e-commerce* Kedai Kopi Kontekstual dapat meningkatkan pendapatan toko, loyalitas dan kepercayaan pelanggan.