

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era teknologi saat ini, berbagai model bisnis baru telah muncul sebagai hasil inovasi dari pemasaran konvensional yang telah beralih ke pemasaran modern melalui penggunaan media digital. Pada masa lalu, proses jual beli mengharuskan penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung, tetapi sekarang, media digital telah menjadi perantara yang memungkinkan tren pemasaran baru muncul. Kemunculan berbagai online shop, komunitas pedagang online di media sosial, platform e-commerce, dan model bisnis lainnya mencerminkan perubahan dalam gaya hidup Masyarakat yang mencari kenyamanan dalam mendapatkan produk dan layanan yang mereka inginkan.

Industri kuliner khususnya, telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan teknologi informasi memainkan peran utama dalam mengubah cara pelanggan berinteraksi dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta cara UMKM mengelola operasional mereka. Salah satu contoh UMKM yang mengikuti tren ini adalah “Schotella”, yang terkenal dengan hidangan makaroni *schotel* lezat dan beragam, sehingga berhasil menarik perhatian pelanggan. (Dewi, n.d.)

Makaroni *schotel* adalah hidangan makanan ringan yang praktis. Di dalam makaroni *schotel*, terdapat makaroni, daging, wortel, keju, dan susu membuatnya kaya akan gizi. Selain itu, makaroni *schotel* juga dibuat dengan cara dipanggang, sehingga lebih sehat dibandingkan makanan yang digoreng. Makaroni *schotel* memiliki berbagai macam rasa antara lain : *Bolognese*, *Mentai*, *Mac N Cheese*, dan *Seaweed*. Produk makaroni ini berhasil memikat para generasi milenial dikarenakan memiliki rasa yang *creamy* dan lembut.

Schotella adalah sebuah UMKM yang bergerak pada bidang makanan. Schotella terletak di Kasihan, Bantul, Yogyakarta, dan sampai saat ini sudah menggunakan pemesanan melalui *shopeefood*, sehingga pemesanan terkena

biaya tambahan dari pihak *shopee*. Dikarenakan mendapat biaya tambahan dari pihak *shopee*, pemesanan menu yang tersedia jadi terkesan *overprice*. Banyak para pembeli yang lebih memilih memesan melalui chat whatsapp ataupun datang langsung ke *store*. Untuk pemesanan melalui whatsapp masih terbilang kurang praktis karena pembeli kurang mendapatkan informasi menu yang tersedia dan penjual juga harus meminta data diri dari pembeli. Sedangkan, untuk pemesanan langsung ke *offline store* terdapat waktu tunggu sekitar 10-15 menit.

Dalam Upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks dan beragam, mengenai biaya pemesanan yang *overprice*, serta meningkatkan efisiensi operasional “Schotella” membutuhkan sebuah system informasi pemesanan yang berbasis website. Oleh karena itu, penyusun mengajukan proyek tugas akhir dengan judul “Sistem Informasi Pemesanan Schotella Berbasis Web”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah masih banyak pembeli yang melakukan pemesanan melalui *shopee* harganya terlalu mahal disebabkan dari pihak *shopee* yang memang terdapat biaya lain-lain. Selain itu, terdapat kendala dalam proses pembelian langsung di toko fisik Schotella, dimana pelanggan harus menunggu selama 10 - 15 menit. Permasalahan lain yang teridentifikasi adalah kurangnya efisiensi operasional dalam pemesanan.

1.3. Batasan Masalah

Terdapat batasan masalah yang diangkat sebagai patokan dalam melakukan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini membahas tentang proses pemesanan makaroni schotel.
2. Data yang diolah hanya data produk, data transaksi, data pembeli, dan data penjual.
3. Sistem ini hanya dapat digunakan oleh penjual sebagai admin ataupun karyawan dan pembeli schotella.

4. Objek yang digunakan dalam penelitian adalah Schotella.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Membuat sistem informasi pemesanan makaroni schotel berbasis website.
2. Melakukan uji coba untuk memastikan bahwa sistem informasi pemesanan makaroni schotel yang telah dikembangkan berfungsi dengan sempurna.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pembuatan website sebagai media informasi pemesanan makaroni schotel.
2. Mempermudah admin dan karyawan dalam memonitor aktivitas pemesanan dan mengelola data produk.
3. Mempermudah pembeli dalam proses pemesanan makaroni schotel.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan secara umum mengenai gambaran penelitian, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan, dan manfaat dari penelitian. Dalam bab ini juga membahas sistematika penulisan yang digunakan untuk tugas akhir.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab II ini memuat tinjauan literatur tentang penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan perancangan system serta dasar teorinya menggunakan referensi dan jurnal yang kredibel.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab III menjelaskan mengenai metode dan tahapan perancangan awal hingga akhir yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan tentang hasil yang telah dilakukan dalam pembuatan system informasi pemesanan Schotella berbasis website.

BAB V : KESIMPULAN

Bab V merupakan penjelasan akhir atau penutupan dari tugas akhir yang mencakup kesimpulan dari hasil analisis serta saran yang dapat digunakan untuk pengembangan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat daftar berbagai sumber literatur dan teori yang telah digunakan penulis sebagai bahan pembahasan dan penyusunan laporan tugas akhir.

LAMPIRAN

Pada lampiran memuat kelengkapan data penelitian dan *source code* yang telah disusun dalam pembuatan website.