

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemesanan catering sekarang ini masih banyak didominasi dengan cara manual yakni hanya dengan *survey door to door* ke setiap rumah makan atau hanya dengan melalui *chat* dengan oknum penyedia jasa catering tanpa mengetahui kredibilitas dari oknum tersebut. Akibatnya, sering ditemui kasus penipuan yang sangat merugikan masyarakat, baik yang menimpa pihak konsumen maupun pihak *vendor* penyedia jasa catering. Seperti kasus penipuan catering yang menimpa anggota Komisi I Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Balikpapan Abdul Yajid. Beliau memesan catering melalui Facebook yaitu paket nasi sebanyak 500 kotak dengan total harga hingga Rp12.500.000 kepada pelaku yang ternyata menggunakan akun palsu dan setelah tagihan dibayarkan, pesanan tidak diantarkan [1].

Serta masyarakat khususnya mahasiswa, memiliki berbagai masalah khususnya dalam bidang makanan atau konsumsi acara mereka. Sulitnya mencari *vendor* makanan yang sesuai dengan kebutuhan acara, tidak adanya waktu untuk mencari *vendor* makanan hingga kasus penipuan dimana *vendor* makanan membawa lari uang konsumen adalah berbagai masalah yang dialami oleh mahasiswa yang memiliki acara pada kepanitiaan atau organisasi.

Oleh karena itu, hadir *Startup* KETRINGAN yang berperan sebagai media antara *vendor* catering dan konsumen untuk transaksi yang lebih aman dan nyaman. Selain itu, KETRINGAN juga berperan sebagai verifikator untuk memvalidasi integritas baik konsumen maupun *vendor* penyedia jasa catering, sehingga kasus penipuan pemesanan catering tidak terjadi. Agar hal tersebut dapat dicapai, KETRINGAN bekerja sama dengan *vendor – vendor* makan yang terpercaya dan memiliki beragam jasa menu makanan yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, KETRINGAN juga memiliki beragam informasi yang akan membantu konsumen dalam memesan makanan catering.

Pelaku Industri seperti UMKM memiliki kekuatan terbesar di Indonesia karena tersebar di seluruh penjuru negeri dan menguasai sekitar 99 persen aktivitas bisnis di Indonesia, dengan lebih dari 98 persen berstatus usaha mikro [2]. Kepala Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Triawan Munaf menuturkan, potensi ekonomi kreatif untuk berkembang di Indonesia besar. Dia mengungkapkan selama ini ada tiga subsektor utama pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. “Tiga subsektor utama yang menopang ekonomi kreatif di Indonesia yaitu kuliner, *fashion*, dan kriya. Subsektor ekonomi kreatif lain yang pertumbuhan bagus antara lain film dan video,

desain komunikasi visual, serta aplikasi dan pengembangan *game*” ujar Triawan saat konferensi pers *World Conference on Creative Ekonomi(WCCE)* 2018 di Jakarta, Selasa(25/9/2018) [3].

Timbulnya beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia yaitu kualitas sumber daya manusia UMKM yang masih rendah serta minimnya pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan mengakibatkan rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja. Hal tersebut juga tampak pada ketidakmampuan mereka dalam hal manajemen usaha, terutama dalam tata tertib pencatatan/pembukuan. Selain itu juga kurangnya inovasi produk. UMKM dinilai masih kurang menguasai teknologi, manajemen, informasi dan pasar. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, UMKM memerlukan biaya yang relatif besar, apalagi jika dikelola secara mandiri [4]. Salah satu subsektor utama yang menopang ekonomi kreatif di Indonesia yaitu sektor kuliner dan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner adalah usaha penyedia makanan berbasis kegiatan atau berlangganan (*katering*). Berdasarkan wawancara dengan beberapa penyedia makanan berbasis kegiatan atau berlangganan (*katering*), terdapat masalah terkait peningkatan pemasaran dan perluasan area pelayanan serta media pencatatan/pembukuan yaitu pencatatan omset.

Maka dari itu, dilakukan perancangan desain aplikasi produk yaitu “KETRINGAN”: *Marketplace* Jasa *Katering* yang berorientasi pada penyedia jasa yaitu Aplikasi *Marketplace* *Katering* Modul Mitra *Katering*. Adanya aplikasi ini diharapkan dapat menangani masalah dalam peningkatan pemasaran dan perluasan area pelayanan serta media pencatatan/pembukuan omset.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dirumuskan beberapa masalah dari umum dan secara khusus sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengantisipasi adanya penipuan transaksi *katering* dan cara membantu konsumen dalam mencari informasi *katering* yang sesuai kebutuhan?
2. Bagaimana cara untuk meningkatkan pemasaran jasa *katering* di masyarakat luas serta memfasilitasi penyedia jasa *katering* dalam proses pembukuan omset?

1.3. Tujuan

Dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka tujuannya adalah sebagai berikut :

1. Merancang sebuah Startup yang bertujuan untuk mempertemukan *vendor* dengan konsumen secara *virtual* serta dapat membantu proses transaksi yang akan dilakukan konsumen dengan *vendor*.

2. Membuat aplikasi *marketplace* khusus jasa catering yang dapat meningkatkan pemasaran jasa catering di masyarakat luas dan disertai fitur monitoring omset yang dapat memfasilitasi penyedia jasa catering dalam proses pembukuan omset yang terintegrasi dengan pesanan catering.

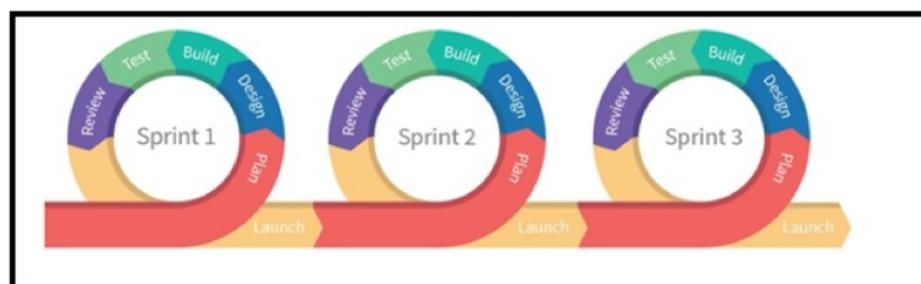
1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada Proyek Akhir ini yaitu aplikasi ini hanya sebagai *marketplace* bagi penyedia jasa catering yang dapat mengelola menu-menu makanan mereka sehingga dapat dilihat oleh pasar yang luas, serta dapat menjadi media pencatatan/pembukuan bagi penyedia jasa catering.

1.5. Metode Pengerjaan

Proses pembangunan produk pada KETRINGAN ini menggunakan metode *Agile*. Metode *Agile* dipilih karena metode ini sangat cocok untuk pembangunan produk yang *flexible*, dengan kebutuhan yang berubah ubah dan dengan jumlah tim yang sedikit. diantaranya :

1. Interaksi dan personel lebih penting dari pada proses dan alat, di dalam *agile* interaksi antar tim sangatlah penting, karena tanpa adanya interaksi yang baik maka proses pembuatan perangkat lunak tidak akan berjalan sesuai rencana.
2. Perangkat lunak yang berfungsi lebih penting dari pada dokumentasi yang lengkap, saat melakukan proses demonstrasi kepada klien, perangkat lunak yang berfungsi dengan baik akan lebih berguna dari pada dokumentasi yang lengkap.
3. Kolaborasi dengan klien lebih penting dari pada negosiasi kontrak, salah satu ciri dari *agile* adalah klien menjadi bagian dari tim pengembangan perangkat lunak. Kolaborasi yang baik dengan klien saat proses pembuatan perangkat lunak sangatlah penting ketika menggunakan *agile*, Karena fungsi-fungsi dari perangkat lunak yang dikembangkan harus terus menerus dibicarakan dan diimprovisasi disesuaikan dengan keinginan klien.
4. Respon terhadap perubahan lebih penting dari pada mengikuti rencana, *agile development* methods berfokus pada kecepatan respon tim ketika klien menginginkan perubahan saat proses pembuatan perangkat lunak.



Gambar 1. 1 Metode Pengembangan Perangkat Lunak *Agile* [5]

Dalam penerapannya, metode *Agile* sendiri memiliki tahapan yang hampir mirip dengan metode pengembangan perangkat lunak namun bedanya tiap tahapan dilakukan dalam 1 *sprint*. Dan pada saat *sprint* dilakukan ada tahap – tahap yaitu tahap *Plan, Design, Develop, Testing, Release, dan Review*. Pada metode *Agile* tahap-tahap tersebut dilakukan pada sebuah iterasi atau perulangan pada setiap *to-do list*, dimana sebelumnya akan di definisikan seluruh *to-do list* diawal project dimulai [6]. Rincian tahapannya adalah sebagai berikut :

1. *Plan*

Seluruh kebutuhan startup pada aktivitas ini haruslah didapatkan dan dirumuskan, seperti bagaimana suatu produk yang akan dibuat akan berjalan. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data terhadap konsumen dan vendor, untuk mengetahui *user persona* dan kebutuhan konsumen dan *vendor*.

2. *Design*

Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem dan *design* produk. Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, maka akan merepresentasikan data dalam bentuk *design*. Proses bisnis digambarkan dengan *Business Process Modeling Notation (BPMN)* sebagai gambaran aluran dan jalannya proses bisnis, *Use case diagram* juga digunakan sebagai gambaran interaksi *User* dengan sistem. Perancangan basis data digambarkan dengan *Entity Relationship Diagram (ERD)* dan perancangan relasi antar tabel, bagian perancangan basis data ini dilakukan pada saat akan membuat produk layanan teknologi informasi. Untuk penggambaran *user interface* atau tampilan antar muka pengguna menggunakan aplikasi Adobe XD sebagai tools membuat *mockup*, bagian ini dilakukan pada saat membuat produk layanan teknologi informasi.

3. *Develop*

Pada tahap ini mulai dilakukan pengkodean untuk membangun produk layanan teknologi informasi dan mulai mencari *vendor* yang akan bekerja sama untuk menjalankan suatu produk layanan yang lain.

4. *Testing*

Pada tahap ini mulai pengujian sistem perangkat lunak untuk produk layanan teknologi informasi dan untuk produk yang lain akan dilakukan uji coba bagaimana pada saat di lapangan nantinya.

5. *Deploy*

Tahap ini merupakan tahap meletakkan sistem untuk siap dioperasikan serta memelihara perangkat lunak jika terdapat kesalahan yang tidak diketahui saat tahap pengujian, bagian ini dilakukan untuk produk teknologi informasi. Untuk produk layanan lainnya tahap ini akan mulai membuka produk menjadi siap menerima pesanan dari konsumen.

6. Review

Setelah produk – produk startup diluncurkan dan mulai dioperasikan, di tahap ini akan melakukan review ulang produk untuk menjadi bahan evaluasi pada saat akan melakukan perkembangan lanjutan.

1.6. Jadwal Pengerjaan

Berikut ini berisi jadwal kegiatan sampai pembuatan laporan PA dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jadwal Pengerjaan

No	Tahapan	2018	2019												2020	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1.	Survey kuesioner															
2.	Mencari Vendor dan promosi KETRINGAN															
3.	Membangun aplikasi versi 1															
	• <i>Planning</i>															
	• <i>Desain</i>															
	• <i>Develop</i>															
	• <i>Testing</i>															
	• <i>Release & FeedBack</i>															
4.	Mulai menerima Pesanan															
5.	Survey untuk pengembangan aplikasi															
6.	Pengembangan aplikasi ke versi 2															

Pada tahun 2018 KETRINGAN pertama kali mengumpulkan data konsumen dengan menyebarkan survei kuesioner. Pada awal tahun 2019 sampai bulan Mei mulai mencari vendor dan promosi produk layanan KETRINGAN. Mencari vendor dalam artian seperti melakukan *MoU* kepada vendor yang akan bekerja sama dengan KETRINGAN dan untuk promosi dilakukan melalui sosial media yang ada. Pada awal tahun 2019 sampai bulan Juni KETRINGAN juga mulai membangun aplikasi versi 1.

Pada bulan maret 2019 KETRINGAN mulai menerima pesanan dan pada saat sudah mulai menerima pesanan KETRINGAN tetap mengumpulkan data berupa *feedback* dari konsumen dan vendor untuk dijadikan perkembangan produk – produk KETRINGAN lainnya. Pada bulan oktober 2019 hingga 2020 mulai mengembangkan aplikasi KETRINGAN ke versi selanjutnya.