

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara pengeksport kopi terbesar keempat di dunia dengan kontribusi rata-rata 4,76 persen terhadap total ekspor global. Sumatera Barat menjadi salah satu daerah yang berperan penting dalam produksi kopi di Indonesia, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian tersebut (Awalina dkk., 2022). Namun, saat ini produk kopi menghadapi sejumlah tantangan tersebut mencakup pemasaran serta kurangnya pemanfaatan teknologi yang masih menjadi hambatan bagi banyak produsen kopi (Widiasyih dkk., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada November 2024 dengan Ibu Elmasni sebagai salah satu pelaku usaha sekaligus produsen kopi tradisional di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat, diketahui bahwa kopi tradisional dari Nagari Koto Tuo ini masih kurang dikenal secara luas. Di lingkungan ini, banyak sekali produsen kopi rumahan. Hampir setiap rumah tangga memiliki kebun kopi sendiri, yang hasilnya kemudian diproses dan dijual secara mandiri. Penjualan umumnya dilakukan secara tradisional, seperti melalui toko-toko kecil, dari mulut ke mulut, serta di pasar-pasar lokal. Pola usaha seperti ini sudah berlangsung lama dan menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat sehari-hari.

Salah satu penyebab utama kurang dikenal luasnya kopi tradisional dari daerah ini adalah terbatasnya media informasi yang dimiliki oleh para pelaku usaha. Hal ini disebabkan oleh rendahnya akses dan pemahaman terhadap teknologi informasi serta kurangnya pelatihan digital yang mendukung promosi usaha secara *online*. Mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan cara-cara konvensional karena belum terbiasa menggunakan media digital seperti *website*, media sosial, atau *platform e-commerce*. Padahal, cita rasa dan kualitas kopi yang mereka produksi tidak kalah dengan kopi dari daerah lain. Kurangnya media promosi ini menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing produk kopi mereka.

Selain kendala dalam penyebaran informasi, para pelaku usaha kopi tradisional ini juga masih mengelola data penjualan secara manual, seperti mencatat

transaksi di buku tulis atau menggunakan lembar kerja elektronik yang bersifat sederhana. Kondisi ini rentan terhadap kesalahan pencatatan dan berisiko kehilangan data. Akibatnya, proses operasional menjadi tidak tertata dengan baik dan menyulitkan pelaku usaha dalam memantau perkembangan usahanya. Hal ini terjadi karena pencatatan manual tidak selalu dilakukan secara rutin dan konsisten. Selain itu, pencatatan yang hanya mengandalkan buku tulis juga menimbulkan risiko kehilangan data, seperti yang pernah terjadi ketika buku catatan hilang sehingga riwayat transaksi tidak dapat ditelusuri kembali.

Kendala lain yang dialami pelaku usaha kopi ini adalah kebiasaan pelaku usaha kopi tradisional yang masih jarang menggunakan teknologi digital. Banyak dari mereka belum mengetahui potensi besar yang bisa diperoleh dari penggunaan teknologi ini dalam pengelolaan usaha. Akibatnya, jangkauan pasar mereka tetap terbatas dan proses bisnis masih dilakukan secara konvensional. Hal ini menyebabkan produk mereka sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kopi tradisional ini, maka dibutuhkan sebuah *platform e-commerce* berbasis *website* yang dirancang untuk mendukung promosi kopi tradisional. Sistem akan dirancang dalam bentuk *website* menggunakan metode *Prototyping*. Pemilihan *platform e-commerce* berbasis *website* didasari oleh permintaan Ibu Elmasni yang menginginkan agar *platform e-commerce* berbasis *website* ini nantinya akan digunakan untuk media informasi usaha kopi tradisional di daerahnya. Menurut penelitian Wijayakusuma dkk. (2021) metode *Prototyping* menggambarkan proses terus menerus diperbaiki antara pengguna dengan pengembang. Hal ini memungkinkan pengembang lebih mudah menyesuaikan sistem yang akan dibangun dengan kebutuhan pengguna. Penerapan metode *Prototyping* dalam pembuatan *platform e-commerce* ini, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari pelaku usaha kopi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah yang muncul terkait perancangan *platform e-commerce* berbasis *website* kopi tradisional adalah :

1. Bagaimana merancang dan membangun *platform e-commerce* berbasis *website* yang dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi untuk mengenalkan produk kopi tradisional Nagari Koto Tuo?
2. Bagaimana membangun sistem yang dapat mengelola data transaksi penjualan secara digital untuk mengatasi risiko kesalahan pencatatan dan kehilangan data pada pelaku usaha kopi tradisional?
3. Bagaimana menerapkan metode *Prototyping* dalam pengembangan sistem agar *platform e-commerce* yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pelaku usaha kopi tradisional?

1.3 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas, batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. *Platform* yang dikembangkan difokuskan untuk mengenalkan dan memasarkan produk kopi tradisional dari pelaku usaha di Nagari Koto Tuo, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat.
2. Fitur pada sistem dibatasi pada halaman informasi usaha, katalog produk, keranjang belanja, formulir pemesanan, pengelolaan data transaksi, dan halaman profil usaha.
3. Pengguna sistem dibatasi pada dua peran (*role*) utama, yaitu pelaku usaha (admin/penjual) dan pembeli.
4. Pengembangan sistem dilakukan terbatas pada penerapan metode *Prototyping*.
5. Platform dibangun dalam bentuk *website* (*web-based*), sehingga tidak mencakup pengembangan aplikasi berbasis *mobile*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian proyek akhir ini adalah untuk merancang dan membangun *platform e-commerce* berbasis *website* menggunakan metode *Prototyping* sebagai media informasi dan promosi guna mengenalkan produk kopi tradisional Nagari Koto Tuo. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk membangun sistem pengelolaan data transaksi penjualan secara digital yang

terintegrasi, sehingga dapat meminimalkan risiko kesalahan pencatatan serta mencegah kehilangan data riwayat transaksi yang selama ini dihadapi oleh pelaku usaha kopi tradisional.

1.4.2 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memudahkan promosi produk kopi tradisional melalui platform digital yang dapat diakses oleh masyarakat luas.
2. Memudahkan pelaku usaha dalam mengelola data penjualan secara terstruktur dan rapi, sehingga dapat mengurangi risiko kehilangan data serta meminimalkan kesalahan pencatatan yang sering terjadi pada metode manual.
3. Mengadopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha kopi tradisional sebagai langkah untuk memperkuat kinerja usaha dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman.
4. Memudahkan pelaku usaha dalam menampilkan produk secara menarik di internet, agar lebih mudah dikenal dan dipercaya oleh pembeli.