

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era sekarang, teknologi berkembang begitu sangat pesat. Saat ini, banyak memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, yang hampir menggunakan teknologi untuk kebutuhan sehari-hari, seperti cara berbelanja secara *online*, karena saat ini kebanyakan orang sangat sibuk dengan aktivitas yang dilakukan sehingga tidak sempat untuk berbelanja langsung ke toko fisik, sehingga orang lebih memilih berbelanja *online* karena memberikan kemudahan dan juga menghemat waktu (Arvi dkk., 2023).

Dengan hadirnya *e-commerce* dan *platform* penjualan digital, perilaku pelanggan sangat cepat berubah, sehingga banyak penjual sangat kewalahan dengan perilaku pelanggan yang berbeda-beda. Maka dari itu, penjualan secara tradisional sangat berpengaruh dikarenakan kesusahannya untuk mengikuti tren yang sedang populer. Hal ini juga dirasakan oleh Pusat Oleh-oleh Sanjai Saiyo.

Pusat Oleh-oleh Sanjai Saiyo merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam penjualan produk khas Sumatera Barat, yaitu sanjai, yang merupakan olahan berbahan dasar singkong yang kemudian digoreng menjadi kerupuk. Saat ini, sanjai menjadi salah satu makanan khas daerah yang sangat populer di kalangan masyarakat, baik sebagai camilan maupun oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat. Selain memiliki toko utama, Sanjai Saiyo juga memiliki beberapa cabang yang beroperasi di berbagai lokasi. Dengan adanya cabang ini, Sanjai Saiyo terus mengembangkan usahanya agar lebih dikenal dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap oleh-oleh khas Sumatera Barat. Berdasarkan hasil wawancara, penjualan produk Sanjai Saiyo masih dilakukan secara tradisional, yaitu pelanggan harus datang langsung ke toko fisik untuk membeli produk. Hal ini membuat pelanggan yang berada di luar daerah atau yang tidak sempat datang ke toko mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk. Selain itu, strategi pemasaran yang masih mengandalkan pelanggan tetap dan rekomendasi dari mulut ke mulut juga menjadi kendala dalam menarik lebih banyak pembeli baru. Dengan keterbatasan ini, potensi penjualan belum dapat

dimaksimalkan secara optimal, terutama di era digital saat ini yang memungkinkan transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah melalui *platform online*.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha juga menyadari bahwa persaingan dengan bisnis oleh-oleh lain semakin ketat, terutama dengan adanya toko yang sudah beralih ke sistem *online*. Beberapa pelanggan yang diwawancarai juga menyatakan bahwa mereka lebih memilih toko yang menyediakan layanan pemesanan *online* karena lebih praktis dan menghemat waktu. Oleh karena itu, implementasi sistem berbasis web untuk penjualan produk Sanjai Saiyo menjadi solusi yang tepat guna meningkatkan jangkauan pasar, mempermudah transaksi, dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih memudahkan bagi para pelanggan.

Selain kendala dalam pemasaran, sistem pengelolaan penjualan dan stok produk juga masih dilakukan secara manual, yang sering kali menyebabkan berbagai permasalahan operasional. Pemilik dan karyawan mengalami kesulitan dalam memantau stok secara *real-time*, sehingga sering terjadi kekurangan stok, terutama saat permintaan meningkat di musim liburan atau menjelang hari besar. Pelanggan juga tidak memiliki akses untuk mengetahui ketersediaan produk sebelum datang ke toko, yang terkadang menyebabkan ketidakpuasan jika produk yang dicari ternyata habis. Proses pemesanan yang dilakukan melalui *WhatsApp* juga kurang optimal, karena pelanggan harus menghubungi pihak toko terlebih dahulu untuk menanyakan stok. Selain itu, pencatatan transaksi yang masih dilakukan secara manual meningkatkan risiko kesalahan dalam administrasi penjualan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem berbasis *website* yang dapat membantu dalam pengelolaan penjualan, pencatatan stok secara otomatis, serta memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melihat katalog produk, melakukan pemesanan, dan memilih metode pembayaran yang lebih praktis. Dengan adanya sistem ini, diharapkan operasional bisnis dapat berjalan lebih baik, serta dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode RAD sangat cocok diterapkan dalam pengembangan sistem penjualan oleh-oleh Sanjai Saiyo karena pendekatan ini berfokus pada fleksibilitas dan keterlibatan pengguna dalam setiap tahap pengembangan. Saat ini, pemilik usaha masih mengandalkan sistem manual dalam pencatatan stok, pemesanan, dan

transaksi, sehingga membutuhkan solusi yang mudah diadaptasi dan sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Dengan menggunakan RAD, sistem akan dikembangkan secara bertahap, di mana setiap fitur yang dibuat langsung dievaluasi oleh pemilik dan karyawan. Jika kebutuhan pengguna belum sepenuhnya terpenuhi, pengembangan akan terus diulang dan disesuaikan hingga sistem benar-benar optimal. Pendekatan ini memastikan bahwa fitur-fitur penting seperti pencatatan stok otomatis, pemesanan *online*, dan pengelolaan transaksi dapat berjalan dengan baik dan selaras dengan operasional bisnis. Karena *Rapid Application Development* (RAD) memiliki tingkat kedinamisan yang tinggi, metode ini mampu menyesuaikan dengan keterbatasan waktu dan anggaran biaya pengembangan (Profita dkk., 2022).

Keunggulan lain dari RAD adalah kemampuannya dalam menyesuaikan perubahan dengan cepat tanpa harus menunggu proyek selesai sepenuhnya. Hal ini sangat penting bagi UMKM seperti Sanjai Saiyo yang memiliki keterbatasan sumber daya dan membutuhkan sistem yang dapat segera digunakan. Dari penelitian terdahulu, RAD menekankan siklus pengembangan yang lebih singkat dibandingkan dengan metode tradisional seperti *Waterfall*, sehingga memungkinkan sistem berkualitas tinggi dapat dihasilkan dalam waktu lebih cepat (Profita dkk., 2022). Dengan melibatkan pemilik dan karyawan dalam proses pengembangan, mereka dapat memberikan masukan secara langsung mengenai fitur yang dibutuhkan, sehingga sistem yang dibangun benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, metode ini juga membantu pemilik usaha dalam memahami teknologi digital secara bertahap, sehingga tidak hanya mengadopsi sistem baru, tetapi juga meningkatkan literasi digital mereka. Dengan adanya sistem berbasis *website* yang dikembangkan menggunakan RAD, Sanjai Saiyo dapat lebih mudah melakukan pencatatan stok, menerima pesanan, dan meningkatkan jangkauan pemasaran. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga membantu UMKM ini untuk beradaptasi dengan tren digital dan memperkuat daya saingnya di era modern.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

- 1) Pemilik UMKM menghadapi kesulitan dalam mengelola produk dan juga kesulitan memasarkan produk secara luas karena masih menggunakan metode pemasaran tradisional yang kurang optimal.
- 2) Pelanggan Pusat Oleh-oleh Sanjai Saiyo memiliki keterbatasan waktu untuk mengunjungi toko secara langsung.
- 3) Pelanggan sering kesulitan mendapatkan informasi mengenai ketersediaan stok sebelum datang ke toko.

1.3 Batasan Masalah

Pengembangan sistem ini akan di fokuskan pada beberapa aspek penting:

- 1) Sistem tidak melayani pembayaran menggunakan *payment gateway*.
- 2) Penelitian ini tidak memfokuskan kepada SEO (*Search Engine Optimization*).
- 3) Sistem ini tidak melibatkan perantara pihak ketiga seperti dengan *platform e-commerce* atau *marketplace*.
- 4) Sistem yang dibuat ini hanya berfokus pada cabang utama yang berada di Ketinggian, Sarilamak.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- 1) Menghasilkan sebuah sistem penjualan produk Sanjai Saiyo.
- 2) Mengimplementasikan metode RAD.
- 3) Menggunakan *website online* dan menampilkan produk ke halaman katalog untuk memperkenalkan makanan khas Sumatera Barat.

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Mempermudah pelanggan untuk membeli produk dengan akses yang lebih.
2. Memudahkan dan memperluas Sanjai Saiyo untuk memasarkan produk.