

# BAB 1

## PENDAHULUAN

---

### 1.1 Latar Belakang

Pemesanan merupakan suatu kegiatan yang selalu dilakukan konsumen sebelum melakukan pembelian. Suatu perusahaan perlu memiliki sistem pemesanan yang efektif untuk menjamin kepuasan konsumen. Faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, aspek emosional, harga, dan biaya dapat memengaruhi kepuasan konsumen [1]. Oleh karena itu, sebuah sistem pemesanan yang baik harus memiliki antarmuka pengguna yang ramah, proses pemesanan yang sederhana, pencatatan waktu dan status pesanan yang akurat, layanan pelanggan yang responsif, serta promosi menarik. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, perusahaan dapat memastikan bahwa konsumen dapat dengan mudah dan nyaman melakukan pemesanan, yang dimana dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memanfaatkan keterampilan manajemen seperti perencanaan, penetapan harga, promosi dan pendistribusian barang dan jasa yang dijual di pasar [2].

Bisnis kuliner secara online (daring) di Indonesia semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini salah satunya disebabkan oleh kebutuhan dan gaya hidup penduduk yang makin tinggi. Selain itu, pola hidup masyarakat yang bekerja hingga malam hari membuat pekerja lebih sering memesan makanan ketimbang makan di rumah. Dan perilaku tersebut didukung oleh perkembangan teknologi dan internet [3]. Melihat pada sumber yang telah dijelaskan, perubahan ini mencerminkan tuntutan konsumen yang semakin aktif, yang mendorong pelaku industri untuk terus mengembangkan produk baru untuk menyesuaikan diri dengan tren pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, tugas utama para pemangku kepentingan industri adalah memahami dan merespons dengan cepat perubahan preferensi konsumen.

Dalam bisnis catering atau F&B, pemasaran dan pemesanan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan, dan menyediakan layanan yang efisien dan memuaskan. Hal ini termasuk penetapan harga yang bijak, penggunaan platform media sosial, kampanye periklanan yang inovatif, dan membangun citra merek yang kuat. Pemasaran kuliner juga mencakup memberikan informasi menarik kepada calon pelanggan, menekankan keunikan menu, dan menciptakan daya tarik visual melalui desain menu yang menarik. Secara keseluruhan, integrasi strategi pemasaran yang cerdas dan sistem pemesanan yang efektif menjadi landasan kesuksesan perusahaan di industri ini [4].

Dalam konteks ini, Warung Kembar sebagai pelaku ekonomi di sektor kuliner menyadari pentingnya mengikuti tren dan tuntutan konsumen akan layanan yang semakin cepat, nyaman, dan transparan. Karena jika hanya menggunakan media sosial WhatsApp sebagai alat atau sistem pemesanan makanan dapat menimbulkan banyak dampak yang tidak diinginkan, antara lain kesalahan penerimaan pesanan dan keterlambatan pelayanan. Kesalahan ini dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional. Oleh sebab itu, implementasi website untuk pemasaran dan pemesanan secara online merupakan langkah strategis untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Website ini dirancang untuk memudahkan Warung Kembar dalam mengelola pesanan, mulai dari penerimaan hingga penyelesaian. Fitur-fitur yang tersedia meliputi menu yang lengkap dan interaktif, dan promosi yang menarik guna meningkatkan daya tarik pelanggan. Pencatatan waktu dan status pesanan memungkinkan pemantauan yang lebih akurat, yang memastikan pesanan dapat dikonfirmasi tepat waktu dan mengurangi risiko keterlambatan pengiriman. Selain itu, fitur detail pesanan memberikan transparansi terkait item, jumlah, dan status, meningkatkan akurasi pencatatan serta mengurangi risiko kesalahan pengiriman. Implementasi website ini merupakan langkah strategis bagi Warung Kembar untuk tetap bersaing di pasar yang terus berkembang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengatasi kesalahan dalam penerimaan pesanan dan keterlambatan layanan pada Warung Kembar?
2. Bagaimana cara memfasilitasi Warung kembar dalam menarik minat pelanggan?

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari proyek akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan akurasi pencatatan dan konfirmasi pemesanan sehingga dapat terhindar dari keterlambatan pengiriman.
2. Menyediakan fitur menu yang lengkap dan interaktif, serta menawarkan fitur promosi untuk menarik minat pelanggan.

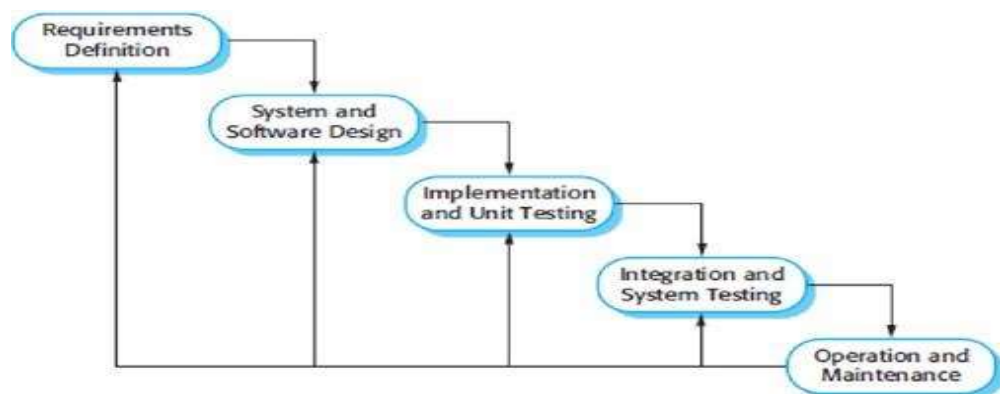
## 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penyusunan proyek akhir ini adalah:

1. Penyelesaian aplikasi hanya dengan berbasis web.
2. Hanya pelanggan yang sudah memiliki akun yang dapat memesan makanan.
3. Pengiriman dilakukan diluar sistem.

## 1.5 Metode Pengerjaan

Metode yang digunakan adalah metode waterfall. Metode waterfall sering disebut juga dengan *classic life cycle* siklus hidup klasik. Model linear sekuensial adalah metode pengembangan perangkat lunak dengan pendekatan sekuensial atau terurut dengan cakupan aktivitas yaitu analisis, desain, pengkodean dan pengujian, implementasi, dan pemeliharaan.



**Gambar 1.1 Tahapan metode *Waterfall***

Berdasarkan Gambar 1.1, detail tahapannya sebagai berikut [5].

### a. Analisa Kebutuhan

Tahapan ini merupakan pengumpulan beberapa kebutuhan untuk membuat perangkat lunak. Pengumpulan data dalam tahap ini dilakukan dengan melakukan observasi Pada Warung Kembar untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran dan pelayanan di Warung Kembar. Pada tahap ini akan menghasilkan dokumen bisnis proses menggunakan BPMN.

### b. Desain

Pada tahapan ini dilakukan proses yang terfokus pada desain perangkat lunak, tahapan desain yang akan dibangun adalah:

1. Desain fungsionalitas sistem menggunakan use case diagram.
2. Desain perancangan basis data dengan menggunakan diagram hubungan antar entitas (Entity Relationship Diagram)
3. Desain antarmuka pengguna dengan menggunakan Figma.

### c. Pengkodean dan Pengujian

Proses pengkodean website catering pada Warung Kembar ini menggunakan bahasa

pemrograman PHP dan menggunakan database MySQL. Pengujian dari aplikasi web ini menggunakan metode pengujian User Acceptance Test.

#### **d. Implementasi**

Pada tahapan implementasi ini website yang sudah dibuat akan diimplementasikan dan akan dicoba oleh pengguna.

#### **e. Pemeliharaan**

Proyek akhir ini tidak sampai tahap pemeliharaan.

### **1.6 Jadwal Pengerjaan**

Berikut merupakan jadwal pengerjaan proyek akhir.

Rencana Pengerjaan	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Analisis Kebutuhan	■	■									
Desain			■	■	■						
Pengkodean dan Pengujian						■	■	■	■	■	
Implementasi											■
Dokumentasi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

**Tabel 1.1 Jadwal Perencanaan Pengerjaan**