

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia pada tahun 2019 ini diprediksi mencapai 5,1 hingga 5,2 persen. Melihat perkembangan ekonomi global dan domestik selama tiga bulan pertama tahun 2019, CORE Indonesia memprediksi pertumbuhan ekonomi pada kuartal I masih berada pada kisaran 5 persen.

Perkembangan bisnis minimarket dan supermarket modern melalui jejaring *franchise* seperti Indomaret, Alfamart dan sejenisnya meningkat sangat pesat. Dalam bahasa Indonesia *franchise* disebut dengan istilah waralaba. Dalam konteks usaha, *franchise* berarti kebebasan yang diperoleh seseorang untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu. Sehingga sistem waralaba yaitu suatu sistem keterkaitan usaha yang saling menguntungkan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba (Iman Sjahputra Tunggal, 2004). Sistem *franchise* di Indonesia sudah dikenal sejak tahun 1970-an, perusahaan PT. Indomarco Prismaatama mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia dengan nama Indomaret yang berjumlah lebih dari 230 gerai. Pada 2017, jumlah toko Indomaret tercatat 15.335 gerai. Pada saat bersamaan, jumlah toko Alfamart mencapai 13.400 gerai (Tirto.id, 2017). Sedangkan untuk hypermarket dan supermarket hingga 2018 Pertumbuhan masing-masing sebesar 9,2% dan 7%. (Research analyst DBS Vickers Securitie, 2018).

Selain itu, perkembangan bisnis melalui media internet pun semakin meningkat, ada banyak faktor yang mempengaruhi salah satu nya adalah tingkat

pengguna smartphone yang tinggi di Indonesia. Dari total populasi Indonesia yaitu 259,1 juta jiwa, 43 persennya adalah jumlah pengguna smartphone (We Are Social, 2016). Hasil survei yang dilakukan oleh We Are Social pada tahun 2016, menyatakan bahwa pengguna smartphone jauh lebih tinggi dibandingkan dengan komputer yaitu 43% untuk pengguna smartphone dan 15% untuk pengguna komputer dari total populasi Indonesia. Masyarakat kini menjadi sangat bergantung pada teknologi. Segala aktivitas sehari-hari semuanya menggunakan teknologi terutama smartphone. Oleh karena itu banyak pengusaha dan investor baik dari dalam maupun luar negeri menargetkan pengguna smartphone sebagai target pasar mereka dan memanfaatkan perkembangan teknologi ini sebagai peluang, salah satunya sebagai media promosi barang maupun jasa dalam bentuk *E-Commerce* atau lebih dikenal dengan nama Online Shop. Data dari E-Marketer bahwa pada tahun 2018 nilai transaksi E-Commerce mencapai Rp 144 Triliun.

Kecenderungan ibu rumah tangga dalam berbelanja kebutuhan pokok, yaitu lebih memilih minimarket waralaba maupun supermarket modern yang sudah banyak dan sampai ke pelosok kota, kecamatan daripada berbelanja di toko swadaya. Toko Swadaya atau Independent Store, adalah toko skala kecil yang dimiliki atau dikuasai seorang sebagai pimpinannya untuk melakukan penjualan berbagai macam barang (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23, 1998).

Adapun survei yang dilakukan peneliti guna memperkuat penelitian yang dilakukan dengan 30 responden yang diambil dari masyarakat sebagian ibu rumah tangga dan mahasiswa dengan rentan umur 22-35 tahun dengan hasil sebagai berikut :

1. 86% responden tidak mengetahui bahwa toko swadaya memiliki promo jika tidak mengunjungi toko.
2. 90% responden tidak mengetahui bahwa toko swadaya sekitar memiliki promo.
3. 93% responden lebih memilih barang promo.
4. 86% responden memilih berbelanja di minimarket waralaba ketimbang toko swadaya.
5. 100% responden mendukung di banggunya aplikasi katalog promo toko sembako swadaya guna memberikan informasi promo kepada pengguna.

Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab pembeli lebih memilih berbelanja di minimarket waralaba dan supermarket modern dari pada toko swadaya, antara lain:

1. Harga produk di minimarket waralaba dan supermarket modern lebih transparan dibandingkan di toko swadaya. Meskipun ada beberapa harga produk di toko swadaya yang lebih murah dari harga di minimarket waralaba dan supermarket modern, banyak pembeli lebih memilih berbelanja di minimarket waralaba dan supermarket modern karena di minimarket waralaba dan supermarket modern memiliki kepastian harga.
2. Penyebaran promosi produk di minimarket waralaba dan supermarket modern lebih luas dibandingkan toko swadaya. Minimarket waralaba dan supermarket modern memiliki banyak media promosi salah satunya aplikasi mobile yang digunakan untuk menyebarkan berbagai promosi produk seperti

diskon, produk gratis dan sebagainya. Sementara di toko swadaya, kurangnya media promosi untuk promo produk.

3. Lokasi minimarket waralaba dan supermarket modern mudah diketahui. Dengan banyaknya tanda maupun poster membuat lokasi minimarket dan supermarket lebih mudah diketahui, sehingga banyak masyarakat memilih berbelanja di sana. Padahal tanpa disadari banyak toko swadaya yang jaraknya lebih dekat dan memiliki promo produk yang lebih murah jika dibandingkan dengan minimarket waralaba dan supermarket.

Dari beberapa faktor di atas, untuk meningkatkan daya saing toko swadaya terhadap minimarket waralaba dan supermarket modern, toko swadaya perlu memiliki media untuk menyampaikan promo produk-produk mereka dan untuk membantu masyarakat dalam dalam mengetahui berbagai promo saat membeli kebutuhan rumah tangganya, perlu adanya aplikasi yang menginformasikan berbagai promo di toko di sekitar mereka.

Dan dalam pengimplementasian aplikasi dari segi hal Geolocation Information System digunakan formula Haversine untuk menentukan jarak posisi user pengguna dan toko.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang Aplikasi Katalog Promo Toko Sembako Swadaya Berbasis *Android* dan *Geolocation Information System* menggunakan formula *haversine* agar memudahkan dalam meninformasikan barang promo.

2. Bagaimana memudahkan toko swadaya untuk memasarkan produk promo yang dimiliki dan juga memudahkan masyarakat dalam mencari barang promo di sekitar mereka.

### 1.3. Keaslian Penelitian

Table 1.1. kaslian penelitian

Peneliti	Judul penelitian	Metode Pengembangan	Variable penelitian
Novan Wjiaya (2017)	Perancangan Aplikasi Promosi Songket Palembang Berbasis Android	Waterfall	Penyediaan daftar informasi kain songket
Dwi Prasetyo dan Khafizh Hastuti (2018)	Penerapan Haversine formula pada aplikasi pencarian lokasi dan informasi gereja Kristen di semarang berbasis android	Prototipe dengan menerapkan metode algoritma haversine	Alamat gereja, jadwal peribadatan
Hendi Wijaya dan Wellia Shintia Sari (2015)	Rancang bangun mobile commerce berbasis android pada toko duta buku semarang	Extreme programing	Data daftar buku, alamat toko, jam kerja toko.

Sedangkan peneliti sendiri tertarik untuk mengambil judul yang berkaitan dengan promosi toko sembako swadaya dengan penggunaan metode pengembangan *Extreme Programing* dan dipadukan dengan formula *Haversine*. Yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada tempat dan waktu serta variable yaitu seperti data toko dan informasi promo barang.

### 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Aplikasi di khusus kan kepada toko swadaya atau UMKM menengah dan tidak menangani minimarket waralaba atau supermarket.
2. Jenis informasi yang dikaji pada aplikasi ini adalah informasi mengenai promo produk (potongan harga, gratis barang) pada toko swadaya terdekat.
3. Penerapan *Geolocation Informatin System (GIS)* dengan menggunakan formula *Haversine*

### **1.5. Tujuan Masalah**

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Merancang aplikasi katalog promo toko sembako swadaya berbasis android dan geolocation information system.
2. Menerapkan formula haversine untuk mendapatkan jarak toko terdekat

### **1.6. Manfaat**

Manfaat yang dapat diambil pada penelitian ini yaitu :

1. Membantu toko sembako swadaya dan UMKM Menengah dalam memaksimalkan promo produk sembako.
2. Membantu toko sembako swadaya dan UMKM Menengah dalam menghadapi revolusi industri 4.0 untuk bersaing dengan minimarket waralaba dan supermarket.
3. Membantu masyarakat mengetahui mengenai promo-promo sembako yang ada di toko swadaya di sekitar mereka.

