

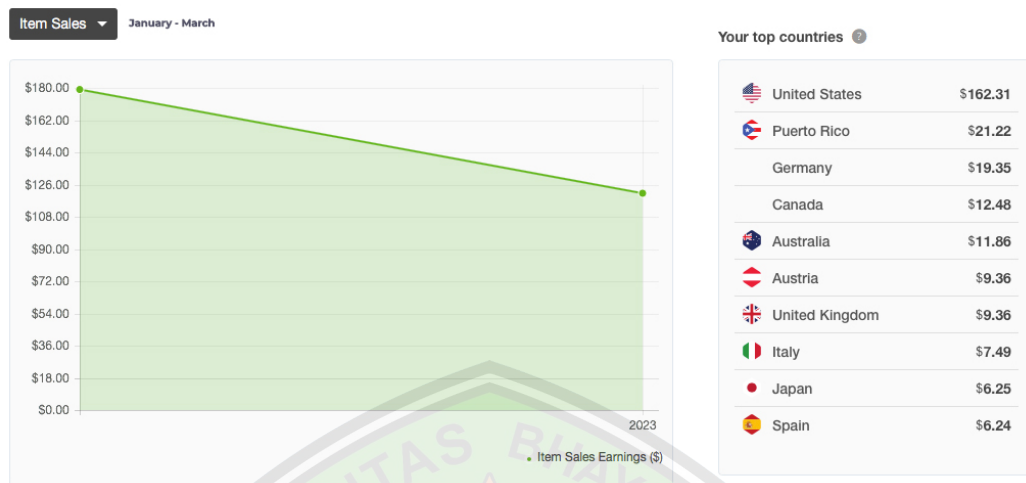
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang makin berkembang dari waktu ke waktu, banyak memberikan dampak yang positif diberbagai sisi kehidupan manusia, terutama dibidang bisnis. Dengan teknologi dan informasi yang ada, pembisnis dapat menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat hingga menjual dan memasarkan produk melalui media internet atau online. Seperti contohnya NFT yang begitu gempar di Indonesia pada tahun 2021-2022 kasus Ghazali Everyday pemuda Indonesia yang berhasil menjual produk digitalnya berupa fotonya sendiri, selain itu masih ada lagi contoh website menjual produk digital seperti freepik, graphicriver dan masih banyak lagi. Atas fenomena tersebut menjadikan ide untuk penulisan skripsi yang mengaitkan objek penelitian usaha Wearsocial Jakarta.

Wearsocial Jakarta adalah usaha yang menyediakan jasa desain grafis yang berfokusnya di bidang streetwear, pembuatan logo dan social media banner untuk usaha umkm melalui *social media instagram* hingga saat ini. Sudah banyak brand dalam negeri yang menggunakan jasa Wearsocial Jakarta diantaranya seperti brand Masohi, Roofair, Broken Heroes, Mouthwash dan pembuatan logo untuk usaha umkm lainnya. Dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini membuat keahlian desain grafis semakin banyak sehingga membuat usaha jasa desain grafis banyak persaingan karena sumber informasi tentang tutorial-tutorial desain saat ini mudah didapat, karena itu wearsocial jakarta terinspirasi dari fenomena NFT dan website penjual produk digital seperti freepik, graphicriver dan lain sebagainya. Wearsocial Jakarta saat ini juga masih menggunakan sistem melalui social media direct messenger instagram untuk menerima jasa desain dari customer dan menjual asset digital masih melalui marketplace luar sehingga customer di Indonesia mengalami kesulitan apabila ingin membeli asset desain Wearsocial Jakarta.



Gambar 1.1 Data Penjualan Aset Desain

Sumber: Wearsocial Jakarta



Gambar 1.2 Porotofolio Wearsocial Jakarta

Sumber: Wearsocial Jakarta

Pembuatan website e-commerce penjualan aset desain Wearsocial Jakarta merupakan sebuah bentuk jawaban mengenai kendala-kendala yang sedang dihadapi, dengan adanya website e-commerce penjualan aset desain ini nantinya Wearsocial Jakarta akan memiliki sebuah asset yang dapat difungsikan sebagai media penjualan online pihak Wearsocial Jakarta dengan customer sekaligus pekerja jasa desain grafis yang kian banyak khususnya di Indonesia. Dengan adanya

website e-commerce penjualan asset desain wearsocial Jakarta ini dapat mempermudah dan mempercepat pekerja jasa dibidang desain grafis yang kian makin banyak di Indonesia. *Website e-commerce* penjualan asset desain ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan penghasilan dan memperluas target market penjualan yang akan sangat berdampak baik nantinya bagi pihak Wearsocial Jakarta.

Strategi cross selling merupakan sebuah model strategi pemasaran yang mana nantinya pada saat transaksi terjadi dengan customer, toko akan menawarkan produk-produk pelengkap atau dapat difungsikan bersamaan dengan produk yang telah dibeli oleh customer. Penggunaan strategi cross selling dinilai sangat akan membantu untuk diadopsi ke dalam website dari Wearsocial Jakarta karena dengan adanya mekanisme tersebut maka setiap customer melakukan transaksi selalu disuguhkan barang-barang mana yang dapat menunjang kepuasan customer dalam menikmati atau menggunakan produk-produk milik pihak Wearsocial Jakarta.

Naïve Bayes, sebuah model penghitungan yang mengandalkan probabilitas dari dataset yang ada di dalam database. Model perhitungan ini merupakan sebuah model perhitungan yang dapat dipilih menjadi pendukung decision support system atau sistem pendukung keputusan dalam banyak kasus terkait dengan dengan pemilihan produk untuk strategi *cross selling*. Perancangan *website e-commerce* ini awal ide berdasarkan kebutuhan dalam meningkatkan penjualan dalam masa era digital saat ini pada Wearsocial Jakarta yang mana perancangan ini akan menggunakan metode *waterfall* dengan algoritma *naïve bayes* sebagai penunjang fungsinya dan mengadopsi strategi *cross selling* untuk meningkatkan penjualan produk dari Wearsocial Jakarta dalam *website e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mencoba untuk membahas dan membuat Laporan skripsi mengangkat judul, **“Perancangan Website E-Commerce Penjualan Asset Desain Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Dengan Strategi Pemasaran Cross Selling.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan maka diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Wearsocial Jakarta belum mempunyai *website e-commerce*.
2. Wearsocial Jakarta hanya mampu menjual aset desain di marketplace luar negeri sehingga *customer* Indonesia sulit dalam membeli produk

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan maka diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara membuat *website e-commerce* berbentuk online store yang sesuai kebutuhan pada Wearsocial Jakarta?
2. Bagaimana cara membuat *website e-commerce* berbentuk online store Wearsocial Jakarta menggunakan metode algoritma *naïve bayes* untuk transaksi online?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penyusunan pada penulisan tugas akhir ini nantinya tidak melebar maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Sistem yang dibuat hanya dalam bentuk *e-commerce* (jual beli online) untuk Wearsocial Jakarta.
2. Pembuatan sistem ini menggunakan strategi *cross selling* dengan algoritma *naïve bayes* sebagai sistem supportnya.

1.5 Tujuan dan Manfaat

1.5.1 Tujuan

Adapun tujuan dari dibuatnya penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang *website e-commerce* dengan algoritma *naïve bayes* dan strategi pemasaran *cross selling*.
2. Merancang website e-commerce untuk customer Indonesia

1.5.2 Manfaat

Adapun manfaat dari dibuatnya penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Memudahkan *customer* dalam segi tempat, waktu dan biaya secara efisien dalam membeli produk Wearsocial Jakarta secara online.
2. Untuk meningkatkan penjualan pada Wearsocial Jakarta secara online.

1.6 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu dan tempat pelaksanaan penelitian proposal skirpi:

Tempat : Wearsocial Jakarta
 Alamat : Jl. Jatinegara Kaum No.19, Jatinegara Kaum, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13250
 Waktu Penelitian : 1 September – 1 Oktober 2022
 No. Telpn : 085883132213
 Email : Wearsocial26@gmail.com

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan															
		1				2				3				4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Wawancara Observasi Literatur																
2.	Planning Perencanaan Sistem																
3.	Implementation Design																
4.	Construction (Coding)																
5.	Pengujian																

Sumber: Hasil Penelitian 2023

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini agar pembahasan ini dapat tersampaikan secara teratur dan terperinci sehingga Laporan skripsi terbagi menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan kebutuhan dan permasalahan dalam sebuah perusahaan dan laporan yang berisi Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan perancangan pembuatan sistem yang akan di gunakan untuk membuat Perancang *website e-commerce* pada Wearsocial Jakarta menggunakan algoritma naïve bayes dengan strategi pemasaran *cross selling*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini mengemukakan tentang metode pembahasan proses perancangan sistem *website e-commerce* dari tahap ke tahap yang akan di buat dan proses.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan proses perancangan sistem dan uji coba sistem *website e-commerce* yang akan dibuat

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dalam pembuatan Perancangan *Website E-Commerce* Penjualan Asset Desain Menggunakan Algoritma Naïve Bayes Dengan Strategi Pemasaran *Cross Selling*