

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan pesatnya perkembangan internet menjadi salah satu infrastruktur komunikasi yang termurah dan luas, maka penggunaan internet sebagai fasilitas pendukung bahkan sebagai urat nadi bisnis menjadi semakin nyata keunggulannya. Perkembangan internet ini menyebabkan terbentuknya sebuah dunia baru yang lazim disebut dengan dunia maya. Di dunia inilah setiap orang memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa batas apapun. Globalisasi yang sempurna telah berjalan di dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital. Dari seluruh aspek yang terkena dampak dari kehadiran internet, internet mempengaruhi pertumbuhan bisnis yang sangat cepat.

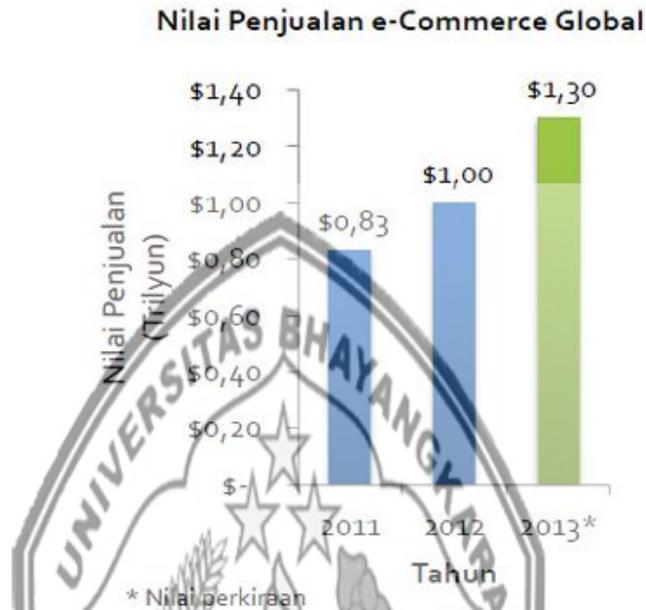
Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Untuk pengguna *facebook*, Indonesia di peringkat ke-4 besar dunia, kata Septriana Tangkary selaku Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo.

Berdasarkan hasil survey yang tercatat pada www.wearesocial.sg yaitu sebuah perusahaan riset dan pemasaran di Singapura yang mengeluarkan sebuah laporan besar mengenai pengguna internet di Indonesia. Hasil survey yang mereka keluarkan menunjukkan pengguna internet di Indonesia per-Januari 2016 mencapai 88,1 juta pengguna. Adapun salah satu penyebabnya ditandai dengan melonjaknya konsumen maupun pebisnis. Yang mendorong munculnya suatu tuntutan pelayanan internet melebihi dari apa yang bisa diperoleh di dunia nyata.



Gambar 1.1. Indonesia *Internet user*

Sedangkan menurut survey yang dilakukan oleh Sharing Vision pada 6 bank besar di Indonesia, jumlah pengguna internet banking mencapai 5,7 juta orang pada 2012. Berarti 9 persen pengguna internet di Indonesia adalah pengguna internet banking, dan angkanya diperkirakan bertambah seiring pertumbuhan pengguna internet.

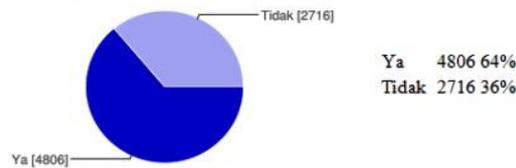


Gambar 1.2 Nilai Penjualan e-Commerce Global

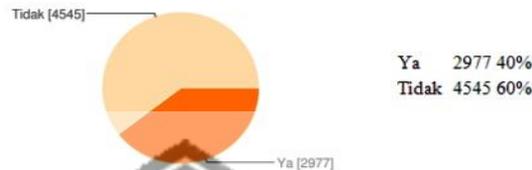
Salah satu tren yang menyertai bisnis dalam jaringan *internet* adalah *e-commerce* baik *business-to-customer* maupun *business-to-business*. Dengan membawa keunggulan *internet* seperti pelayanan 24 jam, akses dari segala penjuru dengan biaya yang relatif murah dan kemudahan-kemudahan lainnya, maka tidaklah mengherankan jika kini banyak organisasi bisnis yang merambah ke dalam *e-commerce*.

Dari hasil riset yang dilakukan oleh salah satu situs jual beli online Tokobagus.com yang dilaksanakan antara 20 hingga 27 Juli 2010 menyimpulkan pengguna internet asal Indonesia ternyata lebih suka membeli sesuatu secara online daripada menjual barang melalui internet. Dari total responden yang berjumlah 7522 orang, 64 persen di antaranya (4804 responden) mengaku pernah membeli sesuatu secara online. Sebaliknya, dari survei yang sama ternyata 60 persen dari responden (4545 orang) ternyata mengaku tidak pernah menjual sesuatu secara online.

Pernahkah anda MEMBELI sesuatu secara online?



Pernahkah anda MENJUAL sesuatu secara online?



Gambar 1.3 Survey Pengguna Jual Beli Online

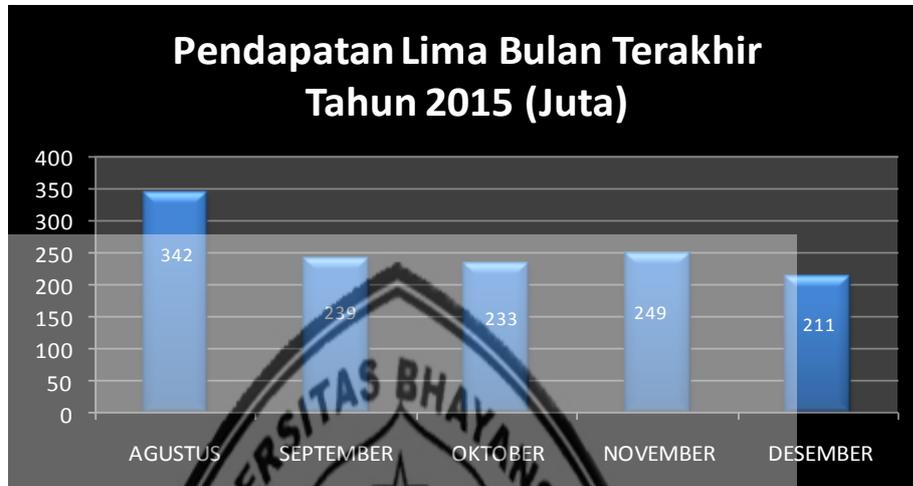
Pesatnya perkembangan bisnis dengan menggunakan teknologi internet di Indonesia ini di pengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain sebagai berikut :

- 1). Jumlah pengguna internet yang terus bertambah dari waktu ke waktu.
- 2). Kemacetan arus lalu lintas yang menjadi persoalan harian pada kota-kota besar di Indonesia. Kemacetan yang membuat orang-orang mengalami stres yang menyebabkan banyak di antara mereka memutuskan untuk berbelanja *online* demi menghindari kemacetan lalu lintas.
- 3). Trend belanja online internasional yang terus meningkat, yang juga mempengaruhi trend serupa di Indonesia.
- 4). Sejumlah alternatif pembayaran yang di tawarkan dari berbisnis online seperti COD (*Cash On Delivery*), kartu kredit, dan transfer yang bisa dilakukan melalui ATM (*Automatic Teller Machine*), *internet banking* serta *mobile banking*.
- 5). Harga yang di tawarkan dari berbisnis online yang kerap kali lebih kompetitif atau lebih terjangkau dibandingkan sistem transaksi tradisional.
- 6). Sistem pengiriman barang yang terkelola dengan baik karena berbisnis online menjalin kerja sama dengan perusahaan pengiriman barang.

Melihat begitu banyaknya keuntungan yang dapat ditawarkan oleh *e-commerce* dan tingkat perkembangan *Internet* yang begitu pesat baik di Indonesia maupun negara lainnya maka Intermedia Book Store mengajukan *e-commerce* sebagai basis informasinya.

Intermedia De'Green Tambun adalah salah satu toko buku yang beralamat di Jl. Mangun Jaya Ruko De Green Blok R8 No 1-7 Tambun Selatan. Pemasaran dan promosi yang luas merupakan salah satu faktor bisnis untuk memenangkan persaingan dengan toko buku lain. Untuk itu perlu adanya suatu strategi pemasaran dan promosi agar buku dapat dijual laku sehingga keuntungan yang didapat sesuai dengan tujuan dari setiap usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Intermedia De'Green Tambun, pendapatan bulanan selama lima bulan terakhir tahun 2015 mengalami penurunan seperti yang terlihat pada gambar berikut :

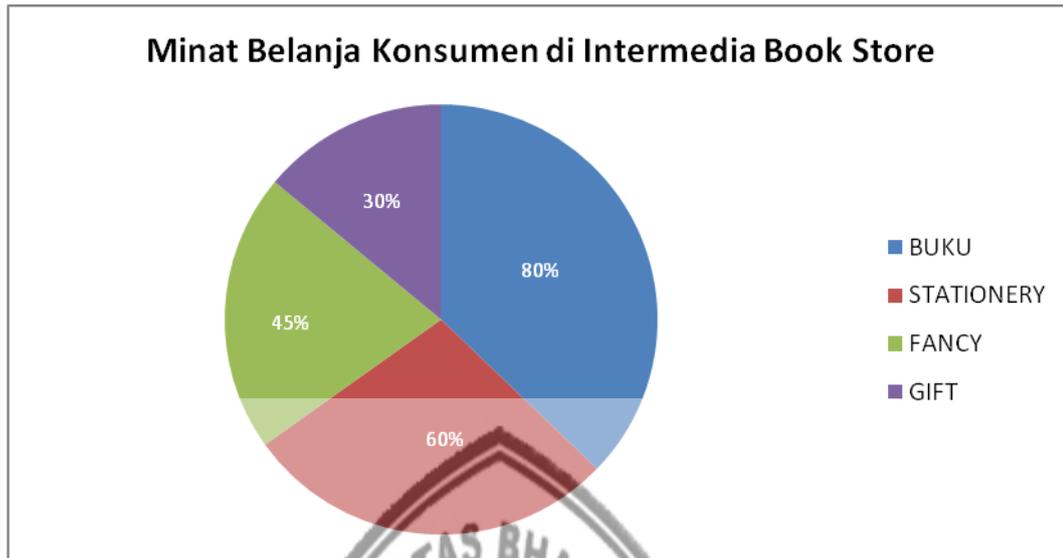


Gambar 1.4 Data Statistik Pendapatan Penjualan 2015

Sumber : Intermedia De'Green Tambun

Saat ini Intermedia De'Green Tambun masih memanfaatkan sistem penjualan yang konvensional. Dalam hal ini Konsumen datang langsung ke toko buku tersebut untuk melakukan pembelian barang. Dengan sistem yang konvensional kadang kala Intermedia De'Green Tambun mengalami kendala dalam hal penjualan barang untuk pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan karena penyampaian informasi penjualan barang pada toko buku tersebut hanya mampu dilakukan oleh Konsumen yang berada di wilayah Tambun dan sekitarnya sehingga jangkauan pemasarannya kurang luas. Intermedia De'Green Tambun masih menggunakan cara manual dalam hal menyimpan data stok barang sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam pencarian data. Sering terjadinya keterlambatan dalam pembuatan laporan sehingga Pimpinan sulit dalam membuat perencanaan target penjualan pada periode berikutnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Intermedia De'Green Tambun, minat belanja Konsumen dalam membeli buku sebesar 80% seperti yang terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1.5 Data Statistik Minat Belanja Konsumen

Sumber : Intermedia De'Green Tambun

Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan dalam pembangunan suatu teknologi informasi dan komunikasi yang berupa *e-commerce* sehingga memudahkan Konsumen dalam mencari buku yang bermanfaat dari berbagai macam *supplier* secara detail dan sesuai dengan keinginannya. Dengan adanya pembangunan *e-commerce* ini nantinya mampu meminimalisi kendala yang ada serta meningkatkan identitas toko buku tersebut agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Atas dasar uraian tersebut diatas maka dalam penulisan Skripsi ini diberikan judul: ***“PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE BUKU PADA INTERMEDIA DE’GREEN TAMBUN MENGGUNAKAN PHP DAN MYSQL.”***

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang muncul yaitu:

1. Penyampaian informasi penjualan barang hanya mampu dilakukan oleh Konsumen yang berada di wilayah Tambun dan sekitarnya sehingga jangkauan pemasarannya kurang luas.
2. Penyimpanan data stok barang masih menggunakan cara manual sehingga membutuhkan waktu yang lama dalam pencarian data.
3. Terjadi keterlambatan dalam pembuatan laporan sehingga Pimpinan sulit dalam membuat perencanaan target penjualan pada periode berikutnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka perumusan masalah dalam penulisan Skripsi ini adalah : “Bagaimana merancang dan mengimplementasikan *E-Commerce* buku pada Intermedia De’Green Tambun menggunakan PHP dan MySQL?”

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah dari penulisan Skripsi ini sebagai berikut:

1. Perancangan *e-commerce* ini hanya mencakup informasi produk tentang buku dari berbagai macam *supplier*, pemesanan dan konfirmasi pembayaran.
2. Perancangan *e-commerce* ini hanya menggunakan bahasa pemrograman PHP dan sebagai penyimpanan datanya menggunakan MySQL.
3. Pembayaran hanya dapat dilakukan melalui transfer antar rekening bank, belum bisa menggunakan *Paypal* dan Kartu Kredit.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah :

1. Membantu membangun sistem penjualan buku pada Intermedia De’Green Tambun dengan menerapkan *e-commerce*.
2. Membantu Petugas dalam mengelola hasil penjualan.
3. Membantu Pimpinan dalam menyusun laporan dengan tepat waktu dan akurat.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk Umum
Diharapkan dapat membantu masyarakat luas dalam mendapatkan informasi mengenai penjualan buku pada Intermedia De’Green Tambun.
2. Untuk Intermedia De’Green Tambun
Diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran produk hingga mencakup pasar nasional.
3. Untuk Konsumen
Diharapkan dapat mempermudah Konsumen dalam mengakses informasi mengenai produk dan harga secara detail.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Intermedia De’Green Tambun yang beralamat di Jl. Mangun Jaya Ruko De Green Blok R8 No 1-7 Tambun Selatan, Telp: (021) 88364383, Fax: (021) 83326077 dengan jam operasional yaitu dari

pukul 09:00 sampai dengan 21:00 WIB. Periode waktu yang dibutuhkan selama penelitian yaitu ± 2 bulan.

1.8 Metode Penelitian

Pada penulisan Skripsi ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data antara lain :

1. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung ke lapangan agar dapat melihat lebih jelas bagaimana prosedur yang ada.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara membuat serangkaian pertanyaan pada bagian-bagian yang berhubungan dengan penelitian untuk mengetahui prosedur yang digunakan serta hal apa saja yang menjadi kendala.

3. Metode Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan informasi melalui buku-buku literatur, jurnal, dan internet yang berhubungan dengan judul penulisan Skripsi ini.

4. Metode Angket

Metode angket dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden.

1.9 Metode Konsep Pengembangan Software

Dalam mengembangkan software e-commerce buku pada Intermedia Book Store ini digunakan metode RAD karena mudah untuk diamati karena menggunakan model *prototype*, sehingga user lebih mengerti akan sistem yang dikembangkan serta lebih fleksibel karena pengembang dapat melakukan proses desain ulang pada saat yang bersamaan.

(Rosa & Salahudin, 2013) *Rapid Application Development* adalah strategi siklus hidup yang ditujukan untuk menyediakan pengembangan yang jauh lebih cepat dan mendapatkan hasil dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan hasil yang dicapai melalui siklus tradisional. RAD merupakan gabungan dari bermacam-macam teknik terstruktur dengan teknik *prototyping* dan teknik pengembangan *joint application* untuk mempercepat pengembangan sistem/aplikasi. Dari definisi-definisi konsep RAD ini, dapat dilihat bahwa pengembangan aplikasi dengan menggunakan metode RAD ini dapat dilakukan dalam waktu yang relatif lebih cepat.

RAD adalah suatu pendekatan berorientasi objek terhadap pengembangan sistem yang mencakup suatu metode pengembangan serta perangkat-perangkat lunak. RAD bertujuan mempersingkat waktu yang biasanya diperlukan dalam siklus hidup pengembangan sistem tradisional antara perancangan dan penerapan

suatu sistem informasi. Pada akhirnya, RAD sama-sama berusaha memenuhi syarat-syarat bisnis yang berubah secara cepat.

Terdapat tiga fase dalam RAD yang melibatkan penganalisis dan pengguna dalam tahap penilaian, perancangan, dan penerapan. Adapun ketiga fase tersebut adalah *requirements planning* (perencanaan syarat-syarat), *RAD design workshop* (*workshop* desain RAD), dan *implementation* (implementasi). Berikut ini adalah tahap-tahap pengembangan aplikasi dari tiap-tiap fase pengembangan aplikasi.

1. *Requirements Planning* (Perencanaan Syarat-Syarat)

Dalam fase ini, pengguna dan penganalisis bertemu untuk mengidentifikasi tujuan-tujuan aplikasi atau sistem serta untuk mengidentifikasi syarat-syarat informasi yang ditimbulkan dari tujuan-tujuan tersebut. Orientasi dalam fase ini adalah menyelesaikan masalah-masalah perusahaan. Meskipun teknologi informasi dan sistem bisa mengarahkan sebagian dari sistem yang diajukan, fokusnya akan selalu tetap pada upaya pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

2. *RAD Design Workshop* (*Workshop* Desain RAD)

Fase ini adalah fase untuk merancang dan memperbaiki yang bisa digambarkan sebagai *workshop*. Penganalisis dan pemrogram dapat bekerja membangun dan menunjukkan representasi visual desain dan pola kerja kepada pengguna. *Workshop* desain ini dapat dilakukan selama beberapa hari tergantung dari ukuran aplikasi yang akan dikembangkan. Selama *workshop* desain RAD, pengguna merespon prototipe yang ada dan penganalisis memperbaiki modul-modul yang dirancang berdasarkan respon pengguna. Apabila seorang pengembangnya merupakan pengembang atau pengguna yang berpengalaman, Kendall menilai bahwa usaha kreatif ini dapat mendorong pengembangan sampai pada tingkat terakselerasi.

3. *Implementation* (Implementasi)

Pada fase implementasi ini, penganalisis bekerja dengan para pengguna secara intens selama *workshop* dan merancang aspek-aspek bisnis dan nonteknis perusahaan. Segera setelah aspek-aspek ini disetujui dan sistem-sistem dibangun dan disaring, sistem-sistem baru atau bagian dari sistem diujicoba dan kemudian diperkenalkan kepada organisasi.



Gambar 1.6 RAD (Rapid Application Development)

1.10 Sistematika Penulisan

Penulisan Skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun berdasarkan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian dan metode konsep pengembangan software, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan mengenai landasan teori *E-commerce, Web, PHP, MySQL, XAMPP, Sublime Text 3, Flowmap* serta UML.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, teknik pengumpulan dan pengolahan data, metode dari konsep pengembangan software yang digunakan.

BAB IV PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

Dalam bab ini menjelaskan mengenai analisis sistem eksisting, perancangan dari analisis sistem dan implementasinya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan serta saran yang diusulkan untuk pengembangan lebih lanjut agar tercapai hasil yang lebih baik.