

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat yaitu dengan ditandai melonjaknya customer maupun pebisnis. Yang mendorong munculnya suatu tuntutan pelayanan internet melebihi dari apa yang bisa diperoleh di dunia nyata. Ini meliputi kesempatan untuk menjual barang-barang komoditi secara online. Salah satu hal terpenting dalam bisnis melalui internet adalah bagaimana keuntungan dapat diperoleh secara aman dan mudah.

Internet dan Web dengan cepat meningkatkan jumlah dan kualitas ketersediaan informasi untuk semua yang bermanfaat dengan biaya sangat murah dan tidak tergantung pada lokasi, dimanapun dan kapanpun. Salah satunya partisipan pasar, konsumen, dan pedagang. Pelanggan diuntungkan untuk biaya cari (search cost) yang sangat rendah, yaitu segala usaha untuk mendapatkan produk, harga, dan pengiriman yang sesuai dari semua pemasok di manapun di dunia. Para pedagang juga diuntungkan karena mereka bisa menggunakan teknologi yang sama untuk mendapatkan lebih banyak lagi informasi mengenai konsumen, dan memberi informasi yang lebih rinci dan akurat untuk menargetkan pasar dan usaha penjualan. (Gaol, C.J.L., 2008).

Electronic commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Perdagangan elektronik ini sudah masuk dalam kategori industri teknologi informasi. Karena semua jenis usahanya

melibatkan aplikasi dan penerapan sistem IT. Dikatakan perdagangan elektronik karena semua jenis usaha berkaitan dengan transaksi komersial dan mengarah pada bisnis. (Wong J., 2010)

Situs *e-commerce* tidak hanya memberikan pengaruh positif bagi pembeli tetapi juga berlaku untuk penjual karena memberikan kemudahan dari segi perdagangan, keamanan properti maupun verifikasi pembayaran. *Situs e-commerce* kini menjadi pilihan bagi masyarakat karena kenyamanannya, artinya tidak perlu keluar ke pusat pertokoan, barang sudah bisa dibeli dan langsung diantar ke rumah.

Konsumen yang akan membeli barang dalam toko *online* dapat menggunakan "*shopping chart*" untuk menyimpan barang-barang yang akan dibelinya. Analogi dengan toko konvensional adalah menggunakan keranjang belanja untuk menyimpan barang-barang yang dibeli. *Shopping chart* ini biasanya berupa *form* isian yang dibuat dengan menggunakan kombinasi bahasa pemrograman *web* dan *database*. Sama dengan toko konvensional, seorang konsumen dapat membatalkan/*cancel* barang yang telah dibelinya. (Utomo E.P., 2008)

Salah satu strategi dalam meningkatkan penjualan yang tentunya akan mengakibatkan peningkatan biaya yaitu dengan cara peningkatan promosi. Tentunya cara – cara seperti ini diharapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan secara signifikan. Dengan mempromosikan suatu produk dapat dilakukan secara online maupun offline. Cara online customer hanya dapat melihat barang atau produk yang tidak nyata atau tidak dapat disentuh. Sedangkan

cara offline customer dapat melihat dan menyentuh barang atau produk yang diinginkan dan juga dapat mengunjungi suatu tempat dimana barang atau produk itu dijual. Namun masalah yang biasanya terjadi karena jarak atau tempat itu berada yang kurang strategis atau jauh dari tempat pelanggan.

Butik Azfar merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan Fashion, seperti sepatu, baju batik, baju muslim, tas, dan Craft seperti kerajinan bahan flanel. Usaha penjualan ini hanya dengan menggunakan media sosial, seperti facebook, twitter, dan blackberry messenger. Untuk customer memilih atau melihat barang-barang secara keseluruhan masih kurang handal untuk sebuah toko online. Dan untuk pemesanan hanya dengan menggunakan telepon genggam. Toko ini berada di perumahan kota Bekasi.

Melalui "perancangan *shopping cart* pada butik azfar untuk kebutuhan dalam penjualan" ini difokuskan pada masalah pemanfaatan tujuan teknologi informasi yang dapat memberi dukungan aktif kelancaran usaha penjualan barang yang dilakukan oleh suatu Toko Fashion dan Craft Butik Azfar. Dalam pembuatan web ini penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

Seorang konsumen dapat mengunjungi perusahaan online melalui toko elektronik (*electronic storefront*), yang mengandung keterangan produk, gambar-gambar tentang produk, dan keranjang belanja. Dengan keranjang belanja (*shopping cart*), kita dapat mengumpulkan pembelian. Ketika siap untuk membayar, kita memasukkan data pribadi dan cara pembayaran, biasanya lebih disukai jika menggunakan sambungan Internet yang aman. (CT, Shelly. 2007)

Berikut adalah beberapa situs *e-commerce* yang sudah menggunakan konsep *shopping cart* diantaranya *bhinneka.com*, *kutukutubuku.com*, *blibli.com*, *glodokshop.com*, dan *rakuten.co.id*. situs ini menjual barang yang yang bermacam-macam, mulai dari perangkat elektronika, buku, gadget, dan produk fashion.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas serta hasil penelitian yang telah dilakukan, maka identifikasi masalah yang didapat adalah:

1. Penjual mengalami kesulitan dalam memasarkan produk yang akan dijual secara luas. Dan barang yang dijual tidak semua dapat di promosikan karena keterbatasan di dalam media sosial yang terlalu rumit, tetapi bisa datang langsung ke butik.
2. Kurangnya pembeli karena masalah jarak dan tempat sehingga pembeli hanya warga sekitar.
3. Kurangnya sarana pemesanan, selama ini hanya menggunakan teknologi dari telepon genggam atau handphone.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat media untuk mempromosikan produk secara online dan menampilkan barang-barang yang dijual?

2. Bagaimana merancang *website e-commerce Butik Azfar* yang di dalamnya terdapat aplikasi shopping cart sesuai dengan kebutuhan dalam penjualan ?

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk memberikan pembahasan dan arah yang lebih jelas untuk meneliti dan menentukan metode apa yang digunakan, maka dibuatlah batasan masalah sebagai berikut:

1. Dalam sistem *e-commerce* ini hanya menyajikan informasi mengenai produk-produk yang dijual, dengan jasa pengiriman barang yang dapat dipilih oleh pembeli.
2. Untuk pembayaran sementara hanya melayani transfer atau secara langsung bagi pengunjung yang berdomisili di Bekasi.
3. Untuk masalah pajak tidak akan dibahas mengingat usaha yang dilakukan merupakan usaha kecil menengah.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menghasilkan website toko online yang cukup handal dalam memenuhi kebutuhan penjual, dengan tidak mengesampingkan unsur *user friendly* terhadap pengunjung.
2. Mempermudah bagi masyarakat atau dunia luar untuk melakukan transaksi pembelian barang secara langsung

3. Mengembangkan Pengetahuan Teknologi Informasi Global

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain:

1. Bagi pengunjung, mendapatkan kemudahan dalam membeli barang *fashion* dan kerajinan tangan melalui website ini.
2. Bagi Butik Azfar, dapat memberikan pelayanan dalam penjualan secara online dengan fitur yang lebih lengkap dari sebelumnya.

1.7 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data dan teori melalui buku-buku dan media cetak lainnya yang relevan dan berkaitan dengan pembuatan aplikasi berbasis web sebagai penunjang penelitian.

2. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab kepada narasumber, dalam hal ini yaitu pemilik usaha.

1.8 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembuatan aplikasi adalah menggunakan metode perancangan perangkat lunak waterfall, dengan tahapan seperti berikut:

1. Rekayasa sistem

merupakan bagian dari sistem yang terbesar dalam pengerjaan suatu proyek, dimulai dengan menetapkan berbagai kebutuhan dari semua elemen yang diperlukan sistem dan mengalokasikannya kedalam pembentukan perangkat lunak.

2. Analisa kebutuhan

merupakan tahap menganalisis hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan proyek pembuatan perangkat lunak.

3. Desain

merupakan tahap penerjemahan dari data yang dianalisis kedalam bentuk yang mudah dimengerti oleh user.

4. Implementasi

merupakan tahap penerjemahan data atau pemecahan masalah yang telah dirancang ke dalam bahasa pemrograman tertentu.

5. Pengujian

merupakan tahap pengujian terhadap perangkat lunak yang dibangun.

6. Pemeliharaan

merupakan tahap akhir dimana suatu perangkat lunak yang sudah selesai dapat mengalami perubahan-perubahan atau penambahan sesuai dengan permintaan *user*.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pembuatan laporan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Mengenai latar belakang, permasalahan penelitian, batasan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metodologi penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori – teori yang terkait dalam perancangan sistem dan aplikasi yang dikembangkan.

BAB III : ANALISA SISTEM BERJALAN

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan instansi dan landasan teori yang menjelaskan tentang teori umum yang berkaitan dengan judul, teori program yang berhubungan dengan aplikasi yang dibangun, teori khusus yaitu berkaitan dengan istilah-istilah yang dipakai dalam pembuatan aplikasi e-commerce pada Butik Azfar.

BAB IV : RANCANGAN SISTEM USULAN

Bab ini membahas implementasi dari tahapan analisis dan perancangan sistem, serta perangkat keras dan perangkat lunak yang dibutuhkan dalam membangun sistem. Bab ini juga berisi pengujian terhadap sistem apakah sudah benar-benar berjalan seperti yang diharapkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian dan hasil akhir.

