

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi pada era internet ini bukan hanya sekedar suatu pelengkap tetapi sudah menjadi suatu keperluan penting bagi sebuah perusahaan, baik dalam bidang bisnis, pendidikan, kesehatan, hiburan, dan sebagainya. Dengan perkembangan teknologi informasi yang seperti itu persaingan yang terjadi dalam industri penjualan produk secara online tidaklah sedikit. *Website* merupakan media yang tepat bagi penerapan pengembangan teknologi informasi dalam bidang penjualan produk. *Website* merupakan media online yang menyediakan informasi mengenai perusahaan dan produknya, dan dapat diakses oleh pengguna internet secara global. Perusahaan dapat menggunakan media *website* untuk meningkatkan interaksi mereka dengan penggunanya, terutama konsumen potensial. Melalui koneksi internet, *company website* mendistribusikan informasi perusahaan seperti kegiatan, visi, misi, dan produk yang mereka tawarkan secara global.

Pada umumnya penjualan pada bisnis skala kecil masih menggunakan cara konvensional yaitu penjualan dengan sosial media. Sosial media merupakan media bisnis yang kurang efisien dalam hal aksesibilitas yang dimana dalam mengaksesnya kita harus memiliki atau membuat akun dari sosial media tersebut. Dalam melakukan kegiatan pembelian produk, sosial media juga belum dapat dikatakan efektif yang dimana pembeli harus menunggu respon dari penjual dan proses pembayaran manual yang dapat dikatakan memiliki tingkat keamanan yang rendah. Hal tersebut menjadi masalah ketika penggunaan *website* dalam melakukan penjualan produk semakin berkembang dengan pesat [1].

Toko elektronik atau biasa disebut dengan *web shop* merupakan sistem perangkat lunak berbasis web yang menawarkan produk, jasa, dan juga biasanya menangani pembayaran dan pengiriman pemesanan. Pada prinsipnya, hampir semua *web shop* terdiri dari *storefront* dan *backfront*. Pelanggan hanya memiliki akses pada bagian *storefront* dan dapat mencari informasi pada produk dan jasa, melakukan pemesanan, membayar dan menerimanya. Akses *backfront* hanya diperbolehkan untuk pemilik toko atau karyawannya. Pada bagian *backfront*, produk dan jasa dimasukkan ke katalog produk dan berbagai prosedur lainnya yang digunakan untuk menangani pemesanan, pembayaran, dan pembelian.

Biasanya tahapan proses yang pertama kali dilakukan adalah registrasi pelanggan online. Pengunjung toko elektronik dapat mengetahui tentang produk dan jasa yang ditawarkan. Dengan niat membeli, pengunjung menaruh sedikit data tentang dirinya dan membuat sebuah profil yang kemudian data tersebut disimpan di dalam basis data.

Pada sisi pemilik, produk dan jasa disimpan dan ditampilkan sesuai dengan kategori dan katalognya masing-masing yang disertai dengan harganya. Informasi mengenai produk secara detail juga ditampilkan agar semua data yang dilihat oleh pelanggan jelas.

Menggunakan perangkat lunak sebagai komponen toko elektronik, pelanggan juga dapat membeli produk dan jasa pada saat dibutuhkan. Keranjang belanja online dapat digunakan oleh pelanggan dalam memesan produk yang dipilih untuk pembelian dan juga dapat menunjukkan total harga dan jika ada diskon.

Jika pelanggan puas dengan pemesanan, harga, dan jenis pengiriman yang ditawarkan maka pelanggan dapat melakukan pemesanan dan pembayaran berdasarkan metode yang disediakan.

Berdasarkan dari kategori produk dan tawaran yang diberikan operator toko, barang dapat dikirimkan dalam bentuk digital atau berbentuk fisik. Yang dimana produk atau jasa yang sudah dipesan dan dibayar harus segera dikirim ke pelanggan yang bersangkutan. [6]

Pada objek penelitian, yaitu Wabisabi, merupakan usaha bisnis skala kecil yang bergerak dalam bidang aksesoris busana yaitu memproduksi dan menjual tas serut. Metode penjualan produk masih melalui media sosial yang dimana dalam melakukan transaksi harus melakukan perbincangan antara penjual dan pembeli yang tidak dapat dilakukan setiap waktu dan pembayaran masih menggunakan metode transfer antar rekening atau bank yang menjadi isu kepercayaan antara pembeli dan penjual. Ketersediaan informasi juga masih terbatas, pelanggan harus menanyakan informasi terkait dengan produk tertentu kepada penjual yang dimana penjual tidak selalu aktif untuk menjawab pelanggan. Penjual juga tidak dapat mengkategorikan katalognya sesuai dengan kategorinya dalam memudahkan pelanggan mencari produk sesuai dengan kategori yang diinginkan. Penjual juga tidak dapat mengelola data pemesanan yang akan mengakibatkan kendala jika jumlah pemesanan meningkat, contohnya seperti tidak dapat menemukan pemesanan yang sudah dibayar atau belum yang dapat menghambat pengiriman pemesanan pelanggan. Dengan sistem yang sudah digunakan, pelanggan juga tidak dapat melihat lokasi barang yang dikirim. Pemanfaatan *website online shop* dapat menjadi solusi bagi dalam permasalahan tersebut.

Berdasarkan beberapa uraian masalah, peneliti menentukan usulan atas sistem *e-commerce* berbasis *website* yang akan menangani transaksi bisnis secara online. Website ini akan berfungsi sebagai katalog produk tas serut Wabisabi dan menangani transaksi yang terjadi di dalamnya. Penggunaan *website* bisa diakses secara global dan akan meliputi informasi seputar Wabisabi, informasi produk yang dijual, dan kegiatan transaksi pembelian produk.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang ditulis, berikut ini rumusan masalahnya, yaitu bagaimana membangun sebuah *e-commerce* pada usaha

tas serut Wabisabi yang menangani pengelolaan informasi produk, informasi pemesanan dan proses pembayaran?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan, terdapat beberapa batasan masalah pada penelitian ini, antara lain :

1. Pada penelitian ini sistem yang digunakan belum dapat menerima pembayaran asli.
2. Sistem belum dapat memberikan rekomendasi produk kepada pelanggan.
3. Sistem hanya dapat menerima beberapa metode pembayaran yaitu transfer bank menggunakan *virtual account*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk membangun sebuah *e-commerce* pada usaha tas serut Wabisabi yang menangani pengelolaan informasi produk, informasi pemesanan dan proses pembayaran?.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif secara praktis maupun akademis yang tertera di bawah ini :

a. Manfaat Akademik

Manfaat akademik yang diharapkan adalah penelitian ini dapat menjadi referensi dan kontribusi ilmiah pada kajian keilmuan mengenai penggunaan dan rancang bangun *e-commerce*.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah berhasil dalam memberikan solusi yang tepat untuk permasalahan transaksi produk yang kurang responsif, mengkategorikan produk berdasarkan kategorinya dan pembayaran otomatisasi pada usaha tas serut Wabisabi dengan mengimplementasikan *e-commerce*.

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam mempermudah penyusunan penulisan ini maka diperlukannya sebuah sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar belakang masalah; Identifikasi Masalah; Rumusan masalah; Batasan masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian : Manfaat akademik dan Manfaat Praktis; Sistematika Penulisan

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian, teori, paradigma, cara pandang, tinjauan literatur dari penelitian terdahulu yang ada kaitan dengan tema penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Mencakup pembahasan; Jenis penelitian; Metode Penelitian; Instrumen Penelitian; Objek penelitian; Kerangka pemikiran (research design).

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan uraian bagaimana hasil diperoleh sesuai dengan metode penelitian.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan berisikan intisari hasil penelitian yang dilihat keterkaitannya dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Saran berisikan rekomendasi untuk penelitian lanjutan.