

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan proses jual-beli. Perkembangan *internet* memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. *Internet* membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media *internet* menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan *internet* adalah sebagai media promosi dan pemasaran suatu produk.

Penggunaan *internet* tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan. Dengan penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* yang baik, perusahaan dapat memproses dan menyediakan informasi sesuai kebutuhan pelanggan.

Rainbowtik adalah usaha milik pribadi yang didirikan pada tahun 2014 oleh dua orang. Rainbowtik beralamat di jl. RE Martadinata No. 206 Kel. Rejosari, Kec. Pangkalbalam Kota Pangkalpinang. Dan di tahun 2016, Rainbowtik melakukan ekspansi dengan membuka cabang di Bangka *Center Trade* untuk memperluas pemasaran. Rainbowtik merupakan suatu bidang usaha yang bergerak berupa penjualan *fashion* busana. Perusahaan Ini melakukan penjualan secara langsung dan *online* namun, tidak mempunyai *website* dan metode pembayaran yang sistematis kepada pelanggan. Sistem penjualan

Rainbowtik masih bersifat *retail* konvensional dimana setiap pelanggan yang ingin membeli produk harus datang ke perusahaan atau toko. Pada saat pembelian secara langsung terkadang tidak menyertai nota dan pada proses pencatatan dan perhitungan yang dilakukan pada Rainbowtik sampai saat ini masih bersifat manual. Oleh karena itu, sering terjadi kesalahan baik secara proses maupun dari faktor manusia dalam pengolahan data transaksi penjualan. Dengan *E-Commerce* ini setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dan tahap negosiasi. Di Indonesia telah banyak perusahaan menggunakan *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-Commerce*. *E-Commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media *internet* secara *online*, dimana seorang pembeli tidak perlu datang ke suatu toko atau perusahaan untuk membeli produk, serta tidak ada tahapan negosiasi seperti penjualan secara *retail* konvensional. saat ini *E-Commerce* menjadi alternatif pilihan perusahaan yang ingin memperluas pangsa pasar sebagai media informasi yang mempermudah adanya interaksi jual beli tanpa ada batas ruang dan waktu. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui *internet*.

Hal inilah yang ingin dicapai oleh Rainbowtik, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan *fashion* seperti, Jilbab, baju-baju wanita, baju-baju pria, aksesoris dan sampai saat ini menambah koleksi sepatu wanita. Berdasarkan latarbelakang diatas, maka penulis ingin merancang suatu *E-Commerce* yang dibuat dalam skripsi dengan judul “ **Analisis dan Perancangan *E-Commerce* dan Penjualan secara Langsung sebagai Media Pemasaran berdasarkan konsep CRM (*Customer Relationship Management*) pada Rainbowtik Pangkalpinang.**

1.2 Perumusan Masalah

Dari rangkaian latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana mengubah sistem *retail* konvensional menjadi media *E-commerce* guna mempublikasikan informasi produk-produk terbaru?
2. Bagaimana merancang suatu *website E-commerce* yang menarik sebagai

media penjualan dan pemasaran pada Rainbowtik ?

3. Bagaimana menyajikan informasi pemesanan yang lebih efisien sehingga dapat mempermudah konsumen yang berada diluar wilayah dapat memesan produk yang diinginkan dimana saja dan kapan saja?
4. Bagaimana hasil dari analisis dan perancangan sistem dengan menggunakan model *Waterfall* dan metode OOAD (*Object Oriented Systems Analysis and Design*) dengan alat bantu UML (*Unified Modelling Language*) ?
5. Bagaimana merancang suatu sistem informasi penjualan secara langsung yang sistematis pada Rainbowtik Pangkalpinang ?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan Agar penelitian skripsi ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, maka diperlu adanya batasan masalah, yaitu:

1. Pemesanan berbasis web
Sistem ini membahas pemesanan dan penjualan produk berbasis *online*, pelanggan dapat melihat dan memesan produk yang diinginkan.
2. Memberi pelayanan kepada Pelanggan (*customer*)
Dalam pemesanan produk pelanggan harus melakukan *Login* ke *website* terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi, apabila pelanggan belum memiliki akun maka pelanggan harus melakukan Daftar guna bisa melakukan transaksi pemesanan barang.
3. Informasi produk yang dijual
Menyediakan Informasi produk bagi pelanggan yang ingin melihat dan memesan produk.
4. Sistem transaksi
Sistem transaksi disimpan pada *database* melalui operasi daftar, dan pemesanan.
5. Sistem pembayaran berbasis *website*
Pembayaran dilakukan secara *transfer* oleh pelanggan.
6. Pengelolah retur barang

Jika barang yang diterima rusak atau berbeda dengan produk yang dibeli, maka barang bisa dikembalikan dengan melakukan Retur Barang melalui *website*.

7. Sistem ini menghasilkan laporan penjualan produk.
8. Menyediakan pembelian produk secara langsung yang sistematis.
9. Peneliti lebih befokus pada pelanggan dan pemasaran.
10. Peneliti tidak membahas tentang jaringan keamanan aplikasi *E-commerce*.
11. Peneliti tidak membahas tentang pengembalian uang apabila transaksi telah terjadi.
12. Penelitian ini tidak membahas tentang jasa pengiriman.

1.4 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam skripsi ini merupakan cara yang digunakan penulis agar dapat memecahkan masalah yang dihadapi. Pembangunan suatu aplikasi diperlukan suatu pendekatan dan pengembangan sistem yang akan menentukan proses penyelesaian rekayasa perangkat lunak, adapun analisa dan perancangan sistem menggunakan model *waterfall* sedangkan pendekatan sistem yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan OOAD (*Object Oriented Systems Analysis and Design*).

1.4.1 Model pengembangan perangkat lunak

Penulis menggunakan model *waterfall* dalam pengembangan *E-Commerce* karena metode ini cocok digunakan dalam memecahkan masalah. Beberapa langka logis yaitu *System Engineering*, Analisis sistem, *Design*, *Coding*, *Testing*, dan *Maintanance*. Tetapi model *waterfall* yang digunakan hanya beberapa tahapan yaitu Analisis sistem, *Design* dan *Coding*. Tahap Perancangan Sistem adalah merancang sistem secara rinci berdasarkan hasil analisa sistem yang ada, sehingga menghasilkan model sistem baru yang diusulkan, dengan disertai rancangan *database* dan spesifikasi program.

1.4.2 Metode pengembangan perangkat lunak

Metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan adalah pendekatan dengan OOAD (*Object Oriented Systems Analysis and Design*). Dengan alat bantu pemodelan sistem yang digunakan adalah UML (*Unified Modelling*

Language) sebagai alat bantu pengembangan sistem menggunakan beberapa diagram yang digunakan yaitu, *activity diagram*, *usecase diagram*, *package diagram*, *class diagram*, *deployment*, dan *sequence diagram*.

1.4.3 IT Resources

Cara mengembangkan IT *Resources* yaitu dengan menggunakan cara *mendevlopment software* dan *Hardware*. Dimana perangkat lunak yang dikembangkan dengan cara mengembangkan dan membuat codingan sendiri sesuai kebutuhan perancangan sistem informasi.

1.5 Tujuan Dilakukan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Merancang suatu *E-commerce* dimana pelanggan dapat melakukan pemesanan secara *online*.
2. Merancang suatu penjualan secara langsung yang sistematis
3. Dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi.
4. Menyediakan fasilitas *order* dan pembayaran secara *online* melalui *transfer bank*.
5. Pelanggan dapat melihat produk dan harga *up to date*.
6. Memberikan solusi dari permasalahan penjualan produk kepada pelanggan untuk dapat memesan dan melihat produk yang diinginkan lebih mudah sehingga seorang pembeli tidak perlu datang ke toko untuk membeli produk
7. Mempermudah pelanggan untuk melakukan pengembalian produk, apabila terjadi kesalahan dari pihak perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan skripsi ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat bagi penulis

1. Dapat memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan kurikulum tingkat akhir Program Studi Sistem Informasi di STMIK Atma Luhur Pangkalpinang.

2. Bertambah wawasan dan pengalaman penulis dalam menganalisa dan merancang sistem dalam hal-hal yang berkaitan dengan metodologi penulisan tugas akhir.

1.6.2 Manfaat bagi perusahaan

1. Rancangan suatu aplikasi yang dapat memudahkan bagi perusahaan dalam mempromosikan produk tersebut melalui *internet*.
2. Memperluas jaringan bisnis dan mempercepat dalam pelayanan jarak jauh.
3. Mempermudah bagian keuangan dalam pembuatan laporan penjualan baik secara online dan secara langsung.

1.6.3 Manfaat bagi peneliti selanjutnya

1. Penelitian ini diharapkan bisa berguna dan dikembangkan lagi oleh peneliti selanjutnya.
2. Bisa menjadi referensi atau acuan untuk pembuatan sistem informasi *E-Commerce* lainnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah gambaran secara umum tentang isi dari keseluruhan pembahasan dalam skripsi yang bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti alur pembahasan yang terdapat dalam penulisan skripsi. Dalam penyusunan skripsi terdapat sistematika.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, metode penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini Berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai panduan yang mendasari analisis dan perancangan aplikasi *e-commerce* sebagai media pemasaran berdasarkan konsep CRM (*Customer Relationship Management*) pada perusahaan dimana terdapat kutipan dari buku-buku, sumber *internet* yang meliputi dari jurnal penelitian terpublikasi

dan *prosiding* penelitian terpublikasi, maupun sumber referensi lainnya yang mendukung penyusunan skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan serta langkah-langkah yang digunakan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

BAB IV ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi tentang pembahasan perancangan *E-Commerce* seperti analisis masalah sistem yang berjalan, analisis hasil solusi, analisis kebutuhan sistem usulan, analisis sistem, perancangan sistem. proses bisnis, analisa keluaran, analisa masukan, identifikasi kebutuhan, *activity diagram*, *Use Case Diagram*, *Package diagram*, *Class Diagram*, *Deployment Diagram*, *Sequence Diagram* ERD (*Entity Relationship Diagram*), transformasi ERD ke LRS, LRS (*Logical Record Structure*), tabel, dan spesifikasi basis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan serta saran yang diharapkan penulis agar laporan menjadi lebih sempurna di masa yang akan datang.