

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi serta ekonomi kreatif yang terus berkembang, penggunaan *internet* yang menjurus kepada *cyberspace* kelihatannya akan mendominasi seluruh kegiatan diatas permukaan bumi dimasa kini dan masa datang. Secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui *E-commerce* dapat memiliki peluang yang sama agar dapat bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya.

Penerapan *E-commerce* dapat merubah kebiasaan pelanggan yang awalnya memesan dan membeli secara konvensional menjadi secara *online*. Waktu dan jarak tidak lagi menjadi masalah dalam bertransaksi, karena melalui *internet* pelanggan mendapatkan informasi tentang produk yang diinginkan bahkan melakukan transaksi kapanpun dan di manapun, sehingga perusahaan dapat memperluas jaringan pemasaran dan penjualannya serta mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan keuntungan.

Pemenuhan kebutuhan konsumen pun berubah dengan diterapkannya *E-commerce*, kunci keberhasilan perusahaan bukan hanya terletak pada kualitas produk dan jasa, tetapi seberapa jauh upaya perusahaan memuaskan kebutuhan pelanggannya kemudian memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan mereka untuk memastikan mereka menjadi pelanggan setia. Cara suatu perusahaan berinteraksi dengan pelanggan pun berubah, perusahaan makin menyadari bahwa memahami pelanggan, merespon kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat menjadi sesuatu yang penting bagi bisnis mereka. Untuk memperoleh itu semua, setiap perusahaan perlu mengenali pelanggannya serta bersifat proaktif dan antisipatif terhadap keinginan pelanggan.

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi tingkat korporasi, yang berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan yang memungkinkan terciptanya kesetiaan pelanggan bukan hanya pada produknya namun juga setia terhadap perusahaan. Penerapan strategi *Customer Relationship Management* dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru (*acquire*), meningkatkan hubungan dengan pelanggan (*enhance*), dan mempertahankan pelanggan (*retain*) yang berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. *Customer Relationship Management* berbasis sistem *E-commerce* dijadikan sarana untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam usaha meningkatkan penjualan.

One sport yaitu usaha mandiri yang bergerak dibidang penjualan barang, tepatnya penjualan perlengkapan olahraga seperti sepatu bola basket, sepatu olahraga, sepatu sepak bola, kaos team olahraga dan lain-lain yang berhubungan tentang peralatan maupun perlengkapan olahraga. *One sport* bermaksud ingin memberikan pelayanan yang lebih mudah dan lebih praktis untuk konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan persaingan. Dengan adanya penjualan berbasis *internet* maka diharapkan pelanggan akan semakin puas dengan layanan sistem pembelian produk secara *online*. Berdasarkan konsep *Customer Relationship Management* berbasis sistem *E-commerce* untuk pelanggannya, *One sport* mengharapkan nilai tambah dalam model bisnisnya yang akan memperkuat nilai kompetitif perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk merancang suatu *E-commerce* yang dituangkan dalam skripsi dengan judul “ **Analisis dan Perancangan *E-commerce* Berdasarkan Konsep *CRM (Customer Relationship Management)* Pada *One Sport Pangkalpinang* ”.**

1.2 Perumusan Masalah

Dengan pengamatan dan penelitian sistem yang berjalan di *One sport*, maka penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana mempromosikan barang yang dijual agar dapat dikenal oleh masyarakat luas ?

2. Bagaimana membuat sistem konvensional menjadi *E-commerce* agar konsumen yang telah mengenal produk dari toko *One sport* dapat mempermudah melakukan pembelian kapan saja dan dimana saja tanpa terhalang oleh waktu (*global reach*) ?
3. Bagaimana membuat suatu *website E-commerce* yang memiliki tampilan menarik sebagai media informasi dan pemesanan pada *One sport* untuk meningkatkan peluang pasar ?
4. Bagaimana hasil analisis dan perancangan menggunakan model pengembangan perangkat lunak “ *waterfall* ”, metode berorientasi objek serta *tools* menggunakan *UML (Unified Modelling Language)* ?

1.3 Batasan Masalah

Sistem yang dibuat adalah sistem penjualan berbasis *website* yang dapat membantu perusahaan meningkatkan target pemasaran yang maksimal dan mudah dari sistem yang akan dikembangkan dari pada sistem yang sebelumnya dilakukan secara konvensional. Maka ruang lingkup penelitian mencakup sebagai berikut :

1. Pelanggan
Pelanggan harus melakukan *login* ke *website* terlebih dahulu sebelum melakukan pemesanan. Pemesanan hanya dapat dilakukan oleh pelanggan yang sudah terdaftar. Oleh karena itu, sistem ini dilengkapi fasilitas pendaftaran dan *login member* agar proses pemesanan dapat dilakukan.
2. Sistem manajemen transaksi
Sistem manajemen data *E-commerce* yang disimpan pada *database* melalui operasi pendaftaran, pemesanan, pembayaran, dan pengiriman yang ditampilkan melalui *website*.
3. Informasi pemesanan produk
Pelanggan dapat melihat produk dan memesan sesuai kriteria yang diinginkan. Hal ini memperlancar transaksi pelanggan untuk mengetahui informasi produk, pemesanan, pembayaran, dan pengiriman
4. Keamanan
Menggunakan hak akses *login* pada admin untuk manajemen situs serta

login member agar bisa melakukan pemesanan. Penulis tidak membahas *administrator* karena hanya fokus pada orientasi pelanggan.

5. Manajemen pembayaran

Pemilik menyediakan nomor rekening dengan sistem pembayaran melalui *transfer* rekening bank.

6. Manajemen pengiriman

Layanan pengiriman barang menggunakan jasa pengiriman barang yang digunakan perusahaan untuk memperlancar transaksi bisnis dan hanya menyampaikan informasi jasa pengiriman untuk memenuhi kebutuhan sistem.

7. Pengelolaan retur barang

Barang yang mengalami kerusakan, maka barang akan ditarik kembali oleh pihak perusahaan dan barang akan diganti dengan catatan pelanggan sudah melakukan komplain.

1.4 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan di dalam pengembangan sistem ini berdasarkan konsep *Customer Relationship Management*. Sasaran utama dari *Customer Relationship Management* adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Berikut ini metode penelitian yang digunakan :

1.4.1 Model pengembangan perangkat lunak

Penulis menggunakan model *waterfall* karena model ini melakukan pendekatan secara sistematis mulai dari tingkat kebutuhan sistem, kemudian mengarah pada beberapa tahapan, berikut tahapan pada model *waterfall* yang digunakan penulis dalam perancangan ini, yaitu perencanaan sistem, analisis sistem, *desain* atau perancangan sistem, dan penerapan atau implementasi sistem. Disebut dengan *waterfall*, karena tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya sistem dari tahap sebelumnya dan berjalan berurutan.

1.4.2 Metode penelitian pengembangan perangkat lunak

Dalam metode pengembangan perangkat lunak penulis menggunakan pendekatan berorientasi objek untuk mempermudah dalam mengembangkan sistem, sehingga hasil dari sistem *website* yang berorientasi objek dapat didefinisikan dengan jelas. Penulis menggunakan *Unified Modelling Language (UML)* sebagai alat bantu pengembangan sistem dengan beberapa diagram yang digunakan yaitu, *activity diagram*, *usecase diagram*, *package diagram*, *class diagram*, *deployment diagram*, dan *sequence diagram*.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini adalah :

1. Meningkatkan fleksibilitas pemesanan sehingga dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja.
2. Memberikan solusi bagi permasalahan penjualan secara konvensional pada *One Sport*.
3. Memperluas jaringan bisnis dan mempercepat dalam pelayanan jarak jauh.
4. Memudahkan pihak perusahaan untuk meningkatkan persaingan antara bisnis *online* yang lainnya dari waktu ke waktu.
5. Memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi terbaru pada *One Sport*.

1.6 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat bagi pelanggan

1. Konsumen dapat melihat produk dan harga *up to date*.
2. Memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai spesifikasi produk yang ditawarkan oleh *One Sport*.
3. Memudahkan pelanggan dalam fasilitas pembayaran melalui *transfer* bank.
4. Menghemat waktu bagi pelanggan yang berada diluar kota pangkalpinang.

1.6.2 Manfaat bagi perusahaan

1. Memperluas target pemasaran secara *online*.
2. Mempermudah dalam pendataan dan pencarian produk.
3. Memudahkan proses penyimpanan data produk, data pemesanan, dan laporan penjualan secara sistematis.
4. Memperluas jaringan bisnis dalam mendapatkan pelanggan baru.

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 ini. Dalam penyusunan skripsi ini terdapat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori dasar yang mendasari analisis dan perancangan *E-commerce* pada perusahaan dimana terdapat kutipan dari buku, maupun sumber referensi lainnya yang mendukung penyusunan skripsi. Berisi juga teori-teori dan landasan khusus yang berhubungan dengan *E-commerce* dan tinjauan penelitian yang terkait dalam penulisan skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian untuk sistem yang dirancang serta tahapan model *waterfall* sebagai pengembangan perangkat lunak, metode berorientasi objek dalam pengembangan perangkat lunak, dan *UML (Unified Modelling Language)* sebagai alat bantu pengembangan sistem yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi tentang analisis masalah sistem yang berjalan, analisis hasil solusi, analisis kebutuhan sistem usulan, analisis sistem, perancangan sistem dan pengujian sistem.

BAB V PENUTUP

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