

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkat perkembangan pesat internet dan teknologi, lahir berbagai peluang baru dalam bisnis. *E-commerce* adalah salah satunya contohnya. *Electronic commerce* atau *e-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Di Indonesia pertumbuhan *e-commerce* sangat pesat, terutama 4 tahun terakhir, peningkatannya mencapai 500 persen, ini juga dibuktikan dari hasil riset Google dan termasuk dalam laporan *e-Conomy SEA 2018* yang menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* Indonesia mencapai US\$ 27 miliar atau setara dengan Rp 391 triliun [1]. Salah satu bentuk dari *e-commerce* adalah *website* penjualan, di mana *website* dimanfaatkan untuk melakukan transaksi penjualan produk, barang, atau jasa dari suatu tempat usaha atau perusahaan.

Beauty Glow Official merupakan salah satu bisnis kecantikan dan kosmetik yang ada di Kota Medan yang menyediakan jasa dan produk kecantikan. Kosmetik yang dalam bahasa Inggris "*cosmetics*" berasal dari kata "kosmetik" (Yunani) yang artinya "berhias". Pada zaman dahulu bahan yang digunakan dalam usaha untuk mempercantik diri ini diramu dari bahan-bahan alami yang didapatkan dari lingkungan sekitar [2]. Produk yang ditawarkan Beauty Glow Official tidak hanya terbatas untuk wanita saja, tetapi juga menyediakan produk yang dapat digunakan oleh pria. Dalam hal penjualan, saat ini Beauty Glow Official mempromosikan dan menjual produk mereka hanya terbatas pada aplikasi bertukar pesan yaitu WhatsApp dan bergantung pada aplikasi tersebut, kemudian mereka mengelola adanya transaksi penjualan dan pengelolaan stok menggunakan *software iPos Professional* yang hanya bisa diakses pada satu perangkat saja, dimana hal tersebut merupakan cara yang sebenarnya cukup baik tetapi kurang efektif dalam penyampaian informasi dan proses penjualannya. Konsumen harus bertanya langsung melalui kontak yang tertera untuk mengetahui informasi suatu produk yang akan mereka beli. Beberapa pertanyaan yang sering ditanyakan adalah mengenai harga produk, manfaat yang didapatkan jika menggunakan suatu produk tertentu, ketersediaan stok produk atau produk apa saja yang didapatkan jika melakukan pembelian dalam 1 paket dan hal ini tentunya dapat menyulitkan pihak manajemen untuk selalu merespons setiap pertanyaan berulang dari konsumen, terlebih lagi setiap konsumen yang melakukan pemesanan melalui aplikasi WhatsApp harus dicatat dalam sebuah sistem yang berbeda, tidak menutup kemungkinan pihak manajemen berisiko lebih besar untuk melakukan sebuah kesalahan atau

kekeliruan dikarenakan sulit membedakan konsumen mana yang telah melakukan pemesanan dan konsumen mana yang hanya sekedar bertanya jika terdapat banyak konsumen yang melakukan interaksi melalui WhatsApp. Dengan proses penjualan dan pengelolaan yang kurang efektif, maka diperlukan suatu sistem informasi yang dapat membantu efektivitas dan efisien kerja dalam proses penyampaian informasi serta proses penjualannya.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan di atas maka dibutuhkan sebuah sistem informasi terhadap penjualan Beauty Glow Official dengan memanfaatkan teknologi informasi saat ini seperti yang sudah dilakukan oleh Nanda Utama [3] membuat “Aplikasi Penjualan Online Berbasis Web” yaitu mengembangkan sistem informasi penjualan untuk toko kosmetik Sylvia, dan juga MS Glow Official yang telah melakukan penjualan produk mereka melalui *e-commerce*. Dari penelitian tersebut, maka dibuatlah Tugas Akhir ini dengan judul **“PENGEMBANGAN WEBSITE SISTEM INFORMASI PENJUALAN PRODUK KECANTIKAN PADA TOKO BEAUTY GLOW OFFICIAL”**. Dengan adanya sistem tersebut maka diharapkan dapat meminimalkan kesalahan manusia dan dapat meningkatkan efisiensi kerja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan bahwa masalah yang mendasari tugas akhir ini adalah proses pemesanan dan pengelolaan pada produk atau pelayanan Beauty Glow Official yang kurang efisien dan efektif akibat bergantung hanya pada aplikasi Whatsapp dan *software iPos Professional* yang dapat menimbulkan kesalahan maupun kekeliruan karena proses yang masih manual.

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari tugas akhir ini adalah mengembangkan sebuah *website* sistem penjualan produk kecantikan Beauty Glow Official agar memudahkan konsumen dalam mengakses informasi maupun meminimalkan terjadinya kesalahan pada saat melakukan transaksi produk Beauty Glow Official.

1.4 Manfaat

Manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi konsumen, mempermudah pemesanan produk, mengetahui deskripsi produk, dan dapat melihat status transaksi pemesanan produk melalui *website*.

2. Bagi pihak Beauty Glow Official, mempermudah pengelolaan pelaporan transaksi dari konsumen secara sistematis, terstruktur, dan efisien.
3. Bagi dunia akademik, dapat menjadi rujukan penelitian ke depannya mengenai proses dan efektivitas implementasi *e-commerce* bagi pengusaha.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Terdapat 3 aktor pada sistem yaitu admin, konsumen, dan pengunjung. Fitur yang dapat digunakan masing-masing dari admin, konsumen, dan pengunjung adalah sebagai berikut.
 - a. Admin dapat:
 - i. *login*,
 - ii. mengelola produk dan retur,
 - iii. mengelola akun konsumen,
 - iv. mengelola *orders*,
 - v. mengelola *supplies*,
 - vi. mengedit akun, dan
 - vii. *logout*.
 - b. Konsumen dapat:
 - i. *login*,
 - ii. pesan produk, mengajukan retur,
 - iii. melakukan *booking treatment*,
 - iv. mengedit akun, dan
 - v. *logout*.
 - c. Pengunjung dapat:
 - i. mengakses halaman *home*, produk, *treatment*, detail produk, dan
 - ii. *register*.
2. *Website* yang akan dibangun dilengkapi dengan pengecekan harga ongkos kirim yang terbatas hanya pada wilayah Indonesia.
3. Pembayaran pemesanan produk dilakukan menggunakan *midtrans*.
4. Halaman *Treatment* pada sistem hanya dapat melakukan *booking treatment* pada hari yang sama.
5. *API* rajaongkir digunakan untuk membantu pengecekan ongkos kirim.

6. *Website* tidak mendukung fitur *chat* untuk melakukan komunikasi antara Konsumen dengan Admin.

1.6 Metodologi Penelitian

Langkah-langkah untuk melakukan penelitian:

1. Tinjauan Pustaka

Proses yang dilakukan dengan meninjau kembali pustaka-pustaka yang terkait dengan mencari referensi mengenai *website e-commerce* dan metode *waterfall*. Pustaka yang ditinjau berasal dari buku, jurnal, serta laporan yang memiliki kredibilitas dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Pengembangan aplikasi menggunakan metode *waterfall*

a. Analisis Kebutuhan

Menggambarkan analisis kebutuhan fungsional dengan menggunakan *use case diagram* yang dibuat dengan *website Draw.io*. dan mendefinisikan kebutuhan non fungsional dengan memaparkan *availability* dan *portability* dari *website* yang akan dibangun.

b. Perancangan

Pelaksanaan perancangan dilakukan dimulai dengan merancang *user interface* yang dibantu oleh *tool* Figma dan dilanjutkan dengan perancangan ERD (*Entity Relationship Diagram*). ERD bertujuan untuk menunjukkan relasi antar objek atau entitas beserta atribut-atribut pada perancangan suatu *database*. Pembuatan ERD menggunakan aplikasi di *website Draw.io*.

c. Implementasi

Implementasi dilakukan dengan menulis kode program dalam bahasa pemrograman php dengan memanfaatkan *framework* Laravel untuk pembuatan tampilan menggunakan bahasa HTML, CSS, dan bahasa pemrograman Javascript serta menggunakan *framework* Bootstrap untuk membantu pengaturan tata letak tampilan *website*. Database yang akan diimplementasikan untuk *website* ini adalah MariaDB.

d. Pengujian Perangkat Lunak

Pengujian akan dilakukan secara langsung dengan cara *Blackbox Testing* yaitu melakukan berbagai simulasi penggunaan *website*, dimulai dari simulasi melakukan penyaringan produk dengan kategori tertentu, pencarian produk

tertentu, simulasi pemesanan produk sebagai konsumen, simulasi pengelolaan produk sebagai admin, simulasi pengelolaan akun konsumen sebagai admin, dan berbagai simulasi lainnya. Simulasi tersebut akan dilakukan oleh tim pembuat skripsi untuk memastikan bahwa *website* dapat bekerja sebagaimana mestinya dan sesuai dengan kebutuhan Beauty Glow Official.

3. Pengujian Hasil

Pengujian hasil menggunakan kuesioner dengan metode Skala Likert dan akan menjadi parameter penilaian kepuasan pengguna terhadap *website* yang dibangun. Pembagian kuesioner dibagikan kepada mitra yaitu Beauty Glow Official dan kepada beberapa pengguna mengenai *website* yang diuji coba.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan diambil berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL