

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *marketplace* tertinggi di dunia. Beberapa tahun terakhir, makin banyak pelaku usaha, baik perusahaan besar maupun ritel, beralih atau mengembangkan usaha ke arah digital. IlmuOne Data merilis studi mengenai posisi dan pertumbuhan *marketplace* barang konsumsi di Indonesia selama triwulan satu dan dua 2017 [1]. Dihitung dari jumlah *unique audiens* pada akhir triwulan dua, didapatkan data dari 10 peringkat teratas yang terdiri atas 4 *e-commerce* dan 6 *marketplace* [1]. Lazada memimpin seluruh *e-commerce* dengan 21,2 juta *unique audiens* [1]. Sedangkan, Tokopedia memimpin *marketplace* dengan 14,4 juta [1]. Urutan ke-10 peringkat teratas tersebut antara lain Lazada, Blibli, Tokopedia, Elevenia, Matahari Mall, Shopee, Bukalapak, Zalora, Qooo10, dan Blanja [1]. *Marketplace* di Indonesia sudah semakin luas, baik itu *marketplace* yang di Indonesia ataupun *marketplace* asing yang mencoba peruntungannya dengan masuk ke pasar Indonesia. Dari segi konsep, kebanyakan *marketplace* terlihat serupa bahkan sama persis. Ada beberapa jenis pendekatan dari perusahaan digital, pendekatan ke pengguna dan penjual menjadi poin utama. Tidak bisa dipungkiri, *marketplace* merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis jual beli seperti barang elektronik, pakaian, makanan maupun barang dan jasa lainnya. Peminat dari *marketplace* akan semakin meningkat seiring dengan mudahnya akses internet, konsumsi maupun kebutuhan masyarakat itu sendiri. Kemudahan dan jasa yang ditawarkan juga tetap harus berkembang dengan maraknya perusahaan yang kini saling bersaing. Bagi konsumen, *marketplace* menimbulkan banyak dampak. Yang pertama, transaksi yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Transaksi internet tak ada batasannya, karena akan terus berjalan selama 24 jam. Konsumen dapat melakukan ini dimana saja, sehingga itu akan menghemat waktu. Selanjutnya, konsumen akan memiliki banyak pilihan. Dari segi penjual, dampak yang

dirasakan adalah, penjual tidak perlu lagi menyewa toko fisik atau toko offline untuk memasarkan barang-barang dagangan mereka, hal ini akan mempermudah penjual karena penjual akan bisa melakukan dimana saja dan kapan saja.

Akan tetapi, sebagian *marketplace* di bagian pengelolaan stock barang mengharuskan pengguna harus melakukan pemantauan secara manual, seperti halnya yang biasa dihadapi pembeli, jika mereka membeli suatu barang dan ketika pembeli sedang menunggu proses pembayaran, stok barang penjual tidak berkurang secara otomatis sehingga memungkinkan akan merugikan pembeli lainnya yang juga telah membeli barang yang sama dengan jumlah barang yang melebihi stok penjual. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya pengalaman berbelanja pembeli sehingga tidak menutup kemungkinan pembeli tidak ingin berbelanja di *marketplace* itu lagi. Penjual tidak perlu menghadapi kesulitan dan kerumitan mengenai validasi stok barang, karena secara otomatis sistem akan mengurangi stok barang jika pembeli sudah melakukan pemesanan barang, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan belanja pembeli karena jika stok barang tidak cukup atau tidak ada, pembeli tidak mungkin dapat mememesannya. Di sebagian *marketplace* juga masih kurang memaksimalkan fitur notifikasi terhadap barang yang di restock, hal ini ditandai dengan tipe pembeli yang sangat mengandalkan *marketplace* untuk memenuhi kebutuhannya, jika ada pembeli ingin membeli barang, tetapi tidak tersedia dikarenakan *stock* barang habis, tentu pembeli menantikan barang tersebut untuk di *restock* sehingga pembeli dapat membeli barang tersebut. Salah satu kekurangan dari fitur-fitur di *marketplace* yang dapat mengurangi kepuasan dalam berbelanja di *marketplace* adalah kurangnya notifikasi ketika barang yang awalnya tidak tersedia menjadi tersedia.

Pada latar belakang diatas, penulis melihat peluang untuk meningkatkan dan memperluas fitur yang ada di *marketplace* berbasis *website*. Oleh karena itu sebagai tugas akhir penulis memilih judul **“Pengembangan Aplikasi Marketplace GAMPANG Berbasis Website”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah:

1. Fitur pengelolaan stock barang yang belum berkurang secara otomatis ketika melakukan pembelian barang.
2. Adanya kebutuhan bagi pembeli untuk mendapatkan notifikasi terhadap produk yang akan tersedia.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. *Input* yang dibahas meliputi: data *user*, data produk, data lelang, data penjualan, data ulasan, data *refund*, data *wishlist*, data keranjang belanja.
2. Proses yang akan dibahas meliputi: pendaftaran, pemesanan, pembayaran, metode pembayaran, lelang, pengajuan *wishlist*, pasang produk, edit status pesanan.
3. *Output* yang akan dibahas meliputi: notifikasi *wishlist*, *invoice*, notifikasi penjualan, notifikasi pembelian, notifikasi pembayaran.
4. Pembagian hak akses *user* di dalam *website* akan terdiri dari atas empat tipe *user* yang meliputi pengunjung, penjual, pembeli dan *admin*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengembangkan suatu sistem informasi “GAMPANG” yang dapat memudahkan transaksi penjualan, pembelian dan pemasaran produk *marketplace*. Adapun manfaat dari tugas akhir ini adalah:

1. Menghemat banyak waktu dari sisi pembeli ketika ingin melakukan pembelian dalam jumlah stok yang melebihi kapasitas dari penjual.
2. Mempermudah pengguna dalam mengetahui informasi tentang barang yang telah di *wishlist*.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam tugas akhir ini mengacu pada pendekatan *Rapid Application Development (RAD)* dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Perencanaan Kebutuhan Sistem (*Requirement Planning*)

Tahap ini merupakan tahapan pertama dari siklus pendekatan RAD. Pada tahap ini dilakukan penentuan tujuan dan syarat-syarat informasi, yaitu dengan melakukan analisa kebutuhan masalah untuk pembuatan *website* “GAMPANG”, menemukan tujuan dibuatnya situs *web* “GAMPANG”, kemudian menemukan syarat-syarat informasi dan syarat-syarat yang diperlukan untuk membuat situs *web* dengan sistem *marketplace*. Maka dari itu dilakukan observasi situs-situs sejenis untuk mengetahui syarat-syarat informasi yang diperlukan untuk membuat *website marketplace* dan digunakan *Use Case Diagram* untuk menggambarkan kebutuhan fungsional.

2. Rancangan Pengguna (*User Design*)

Untuk tahap ini dilakukan perancangan terhadap proses yang akan terjadi dalam sistem dan perancangan *interface* (tatap muka). Penulis membuat *prototype* sementara berdasarkan kebutuhan sistem yang telah ditentukan sebelumnya menggunakan Adobe XD CC. *Prototype* akan dikembangkan sebanyak 4 (empat) yaitu *prototype* yang pertama untuk admin, *prototype* kedua untuk penjual, *prototype* ketiga untuk pembeli, dan *prototype* keempat untuk pengunjung. Kemudian, penulis akan membuat rancangan basis data yang akan digunakan sebagai tempat penyimpanan data, yang meliputi struktur tabel dan relasi antar tabelnya.

3. Konstruksi (*Construction*)

Pada tahap ini, penulis pengembangan *web* “GAMPANG” dilakukan berdasarkan *prototype-prototype* yang telah dibuat pada tahap perancangan (*User Design*). *Website* “GAMPANG” akan dikembangkan dengan bahasa pemrograman *javascript*, dan dengan menggunakan *Framework react – js*, serta untuk penyimpanan penulis menggunakan DBMS MySQL. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *web browser* Google Chrome dan Firefox.