

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1.Latar Belakang

Pada zaman modern ini, perkembangan teknologi informasi semakin maju. Salah satu contoh perkembangan teknologi adalah pemasaran *produk* melalui *website*. Dengan Melihat perkembangan yang terlalu maju maka Glory Store sebagai toko *start up* ingin menciptakan *website* sendiri.

Glory Store adalah toko yang menjual berbagai jenis tas dimana dalam proses pemasarannya Glory Store menggunakan aplikasi blackberry messenger. *Admin* membuat group, kemudian mengupload gambar ke group dan menambah anggota baru sehingga anggota baru bisa melihat gambar produk yang akan di beli. Akan tetapi, di aplikasi blackberry group terdapat kelemahan yaitu batas maksimum member hanya 50 member dan batas maksimum gambar yang bisa di upload hanya 80 lembar. Sehingga jika batas maksimal member dan gambar yang di upload sudah maksimal, *admin* group harus membuat group baru dan harus menambah anggota kembali, sehingga proses pemasaran yang di lakukan Glory Store belum efisien.

Pada saat ini pemasaran lewat media online memiliki berbagai macam aplikasi dan jejaringan sosial seperti Whatsapp, Line, facebook dan lain-lain. Selain aplikasi dan jejaringan sosial, pihak toko Glory Store dapat membuat halaman *website* sendiri dengan disain tersendiri yang berisikan informasi-informasi produk yang ingin dipasarkan. Selain itu dapat memantau pemesanan (*order*) *produk* yang dipesan secara online lewat internet.

Semua aplikasi dan jejaringan sosial memiliki sistem pengelolaan yang berbeda-beda. Jika semua aplikasi dan jejaringan sosial dikelola dan diorganisir maka sangat menghabiskan waktu. Dimana jumlah karyawan pengelola pemasaran online Glory Store hanya satu orang saja sehingga pihak Glory Store membutuhkan suatu sistem yang simpel pengelolaannya dan luas jangkauannya , mudah pengontrolan informasi dan order produk seperti *website* penjualan. Sedangkan aplikasi dan jejaringan sosial lainnya hanya akan digunakan sebagai media tambahan dan dukungan pemasaran *produk* saja. Berdasarkan latar

belakang tersebut maka penulis mengambil judul “ANALISIS DAN PERANCANGAN WEBSITE PEMASARAN PADA GLORY STORE”.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan di atas, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Pihak Glory Store membutuhkan sistem pemasaran produk yang lebih luas supaya dapat mengatasi batas maksimum member dan gambar, dimana dalam blackberry group hanya bisa menampung 50 member dan mengupload 80 lembar gambar.
2. Pihak Glory Store membutuhkan suatu sistem pengontrolan penjualan online yang baik seperti dapat mengetahui anggota (*member*) mana saja yang melakukan pemesanan (*history order*), sistem yang dapat mencetak bon faktur penjualan, sistem yang dapat memasukkan data produk dengan mudah layak seperti program-program penjualan.
3. Pimpinan Glory Store membutuhkan laporan pemesanan (*order*) dan penjualan produk yang dipasarkan lewat media *online* setiap saat dalam bentuk daftar (*list*).

### 1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Pemasaran hanya membahas mengenai pemasaran produk tas dengan menambahkan harga tas serta informasi-informasi yang berhubungan dengan produk.
2. Fitur-fitur yang dibahas antara lain penambahan produk, proses pemesanan, approve order, laporan pemesanan dan penjualan produk, buku tamu dan FAQ.
3. Proses pembayaran dilakukan melalui proses transfer.
4. Perancangan halaman antar muka menggunakan Adobe Dreamweaver CC 2015 dan database menggunakan phpMyAdmin.

#### 1.4. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penelitian :

1. Menrancang sistem informasi penjualan produk Glory Store melalui jaringan internet yaitu website.
2. Membantu Glory Store dalam menangani masalah yang dihadapi pada sistem berjalan yang menggunakan blackberry messenger sebagai pemasaran antara penjual dan pembeli.
3. Memudahkan dan meningkatkan pemasaran dari Glory Store dalam menghadapi persaingan pasar.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Jika perancangan sistem berhasil dirancang dan implementasikan maka permasalahan yang telah disebutkan akan segera terselesaikan.
2. Memperluas jangkauan *customer* sehingga meningkatkan cakupan pemasaran.
3. Meningkatkan efisiensi waktu *customer* dalam mencari informasi produk.
4. Memberikan informasi yang dibutuhkan *customer* mengenai produk terbaru yang akan dibeli.

#### 1.5. Metode Penelitian

##### 1.5.1. Metodologi Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini adalah Siklus Hidup Pengembangan Sistem/*System Development Life Cycle* (SDLC).

Tahapan-tahapan siklus hidup pengembangan sistem terdiri dari:

1. Mengidentifikasi masalah, peluang, dan tujuan

Tahap pertama siklus pengembangan sistem ini menggunakan diagram *fishbone* untuk mengidentifikasi masalah-masalah, peluang-peluang dan tujuan-tujuan yang ingin dicapai karena hal ini sangat penting bagi keberhasilan sistem.

2. Menentukan syarat-syarat informasi

Pada tahap kedua, menentukan syarat-syarat informasi dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain: wawancara, observasi dan teknik sampling.

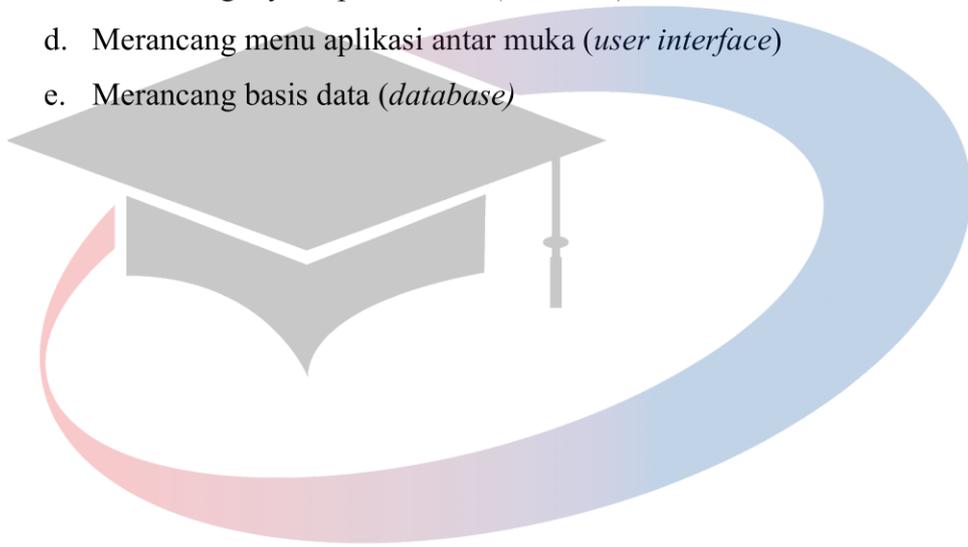
3. Menganalisis kebutuhan sistem

Pada tahap ketiga ini, kebutuhan-kebutuhan sistem saat ini akan dianalisis. Hasil dari analisis akan digambarkan dalam bentuk *Use Case Diagram* dan *PISCES*.

4. Merancang sistem yang akan direkomendasikan.

Pada tahap ke empat ini, proses-proses yang dikerjakan antara lain :

- a. Merancang proses dengan *Data Flow Diagram (DFD)*.
- b. Merancang layar *output website (front end)*
- c. Merancang layar *input website (back end)*
- d. Merancang menu aplikasi antar muka (*user interface*)
- e. Merancang basis data (*database*)



# UNIVERSITAS MIKROSKIL