BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tas adalah salah satu *fashion* yang sangat penting untuk diperhatikan. Fungsinya tidak hanya untuk membawa kebutuhan kita saja, tetapi juga untuk menambah penampilan menjadi *stylish* [1]. Agar tas tersebut lebih menarik, maka perlu diberikan desain yang menarik pada tas tersebut. G.bydee merupakan salah satu perusahaan swasta yang terletak di kota Medan yang bergerak di bidang desain dan pencetakan (*painting*) tas. G.bydee melakukan pembelian tas polos dari supplier. Kemudian, tas tersebut akan didesain dengan berbagai jenis lukisan tangan berbeda untuk dijual kembali kepada pelanggan. Selain itu, G.bydee juga menyediakan layanan custom bagi pelanggan untuk memilih jenis desain yang sesuai dengan keinginan pelanggan. G.bydee juga membagi penjualannya dalam beberapa tipe (seperti Pochette, Mini Loupi, Lopi19, Mini Eve, Mini Jypsiere, Jige, Mini BTW, Mini Compact Wallet, Mini Bolid dan sebagainya) bukan hanya model tas saja yang berbeda namun G.bydee menyediakan tipe warna yang berbeda dari masing-masing tipe tas dengan nama tas + warna seperti Mini Jypsiere Black.

Saat ini, proses pemasaran masih berfokus pada media sosial seperti *Instagram*. Media sosial memberikan manfaat besar dalam membangun *brand awareness* dan menjalin interaksi yang aktif dengan *customer*. Namun, untuk menyampaikan informasi produk secara lebih lengkap, terstruktur, dan memfasilitasi proses pemesanan yang efisien, dibutuhkan platform tambahan yang mendukung. Oleh karena itu, direncanakan perancangan *website* resmi G.Bydee sebagai sarana pelengkap yang dapat memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan kenyamanan *customer* dalam berbelanja.

Melalui *website* ini, *customer* dapat dengan mudah mengakses katalog produk, melakukan pemesanan, serta memantau status pesanan mereka secara *real-time*. Dengan demikian, media sosial akan tetap dimanfaatkan sebagai saluran promosi utama, namun diperkuat oleh sistem pendukung yang lebih sistematis dan fungsional.

Sementara itu, dalam melakukan proses pencatatan data penjualan, staf perusahaan masih menggunakan sistem konvensional. Setelah itu, berdasarkan data penjualan ini, pemilik perusahaan akan melakukan pemesanan tas (apabila produk tas di gudang tidak mencukupi pemesanan) dan staf *painting* akan melakukan penggambaran berdasarkan permintaan dari *customer*. Penerapan sistem ini menghadapi beberapa masalah seperti *customer* tidak dapat mengetahui status pemesanan produknya. Biasanya, untuk mengetahuinya, *customer* harus menghubungi staf perusahaan lagi dan staf penjualan tersebut harus menanyakan kepada staf *painting* terlebih dahulu. Hal ini tentunya sangat tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini juga akan menambah beban kerja dari staf penjualan perusahaan. Permasalahan lain yang sering terjadi apabila perusahaan ingin memberikan info produk yang *ready* dan *sold* dalam waktu singkat terhadap produk

tertentu. Proses penyampaian informasi promosi melalui postingan di aplikasi instagram ini kurang efektif, karena postingan dapat terlewatkan oleh *customer*. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, maka dapat dirancang sebuah aplikasi pemasaran dan penjualan produk berbasis *website*. Penelitian ini memilih merancang *website* dengan pertimbangan bahwa *website* dapat diakses kapan saja dan dimana saja, *website* tidak terbatas pada sistem operasi tertentu, sehingga dapat diakses di semua jenis perangkat *mobile* (Android dan IOS) maupun di komputer atau laptop. Selain itu, *website* tidak perlu diunduh ataupun dipasang terlebih dahulu pada perangkat *mobile* agar dapat digunakan. *Website* pemasaran dan penjualan ini mampu menampilkan semua jenis dan warna tas, sehingga dapat membantu *customer* dalam memilih tas yang sesuai dengan selera. *Website* pemasaran dan penjualan ini dapat membantu *customer* dalam melakukan pemesanan dan juga memilih jenis dan warna tas yang diinginkan. Selain itu, *website* pemasaran dan penjualan ini juga dapat membantu *customer* dalam mengecek status pemesanannya. Terakhir, *website* pemasaran dan penjualan ini juga dapat membantu staf perusahaan dalam mengecek pemesanan yang masuk.

Website e-commerce telah menjadi pusat bisnis online dan media promosi yang sangat penting sehingga fungsinya tidak hanya sebagai alat penjualan saja. Pengembangan *website e-commerce* yang baik dapat menjadi faktor kunci keberhasilan dalam meningkatkan efektivitas media promosi dan dapat meningkatkan penjualan online [2]. Kemudahan penggunaan aplikasi adalah satu dari banyak unsur yang dapat menjadi pengaruh besar terhadap minat beli konsumen [3]. Oleh karena itu, perlu dilakukan proses analisis terhadap *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* dari aplikasi untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pengguna terhadap rancangan *website*. *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* merupakan bagian yang penting dari pengembangan sebuah aplikasi. *User Interface (UI)* merupakan tampilan dari sebuah system dimana pengguna berinteraksi dengan system. *User Experience (UX)* merupakan hasil interaksi antara pengguna dengan system yang telah dibuat. Terdapat beberapa metode untuk melakukan Analisa pada UI/UX, seperti *User Centered Design (UCD)* dan *Heuristic Evaluation*. Metode-metode ini digunakan untuk menguji kemudahan user ketika menggunakan aplikasi. *Heuristic Evaluation* merupakan metode untuk mengukur sejauh mana *problem usability* (kegunaan) sebuah perangkat lunak dalam desain antarmuka [4].

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka akan dilakukan sebuah rancangan sistem untuk perusahaan dengan judul “**Analisis dan Perancangan Sistem Pemasaran dan Penjualan Tas Berbasis Web Pada G.Bydee**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dibahas, dapat ditemukan beberapa masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Meskipun media sosial seperti Instagram efektif dalam menjangkau pelanggan, optimalisasi penyajian informasi produk secara terstruktur memerlukan dukungan sistem berbasis web.
2. Kebutuhan akan sistem pemasaran dan penjualan berbasis web untuk melengkapi peran media sosial di G.Bydee.
3. Belum tersedia fitur *tracking* yang dapat digunakan untuk lebih menyakinkan *customer* dalam memantau *progress* pengerjaan produk pada perusahaan.
4. Perlu diketahui kesesuaian dari hasil rancangan *web* dengan kebutuhan *customer*.

1.3 Tujuan

Tujuan yang diperoleh adalah untuk menganalisis dan merancang sistem informasi pemasaran dan penjualan pada G.bydee yang dapat dijadikan sebagai *prototype* dalam membangun sistem komputerisasi pada G.bydee.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Blueprint* hasil rancangan *website* dapat digunakan sebagai *prototype* dalam pengembangan sistem informasi pemasaran dan penjualan pada perusahaan.
2. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan agar pihak manajemen perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai kelebihan dan kelemahan dari sistem berjalan dan sistem usulan.
3. Apabila hasil analisis dan rancangan dari sistem informasi pemasaran dan penjualan diterapkan secara komputerisasi, maka:
 - a. Strategi pemasaran yang lebih efektif serta memperluas jangkauan pasar.
 - b. Sistem yang mempermudah akses pelanggan dan meningkatkan pengalaman berbelanja.
 - c. Fitur *tracking* yang meningkatkan transparansi, kepercayaan pelanggan, serta kualitas layanan.

1.5 Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah, yaitu:

1. Penelitian ini hanya meliputi pemesanan jasa dan penjualan.
2. Metode yang digunakan adalah metode *Rapid Application Development (RAD)*.
3. Metode analisis UI/UX yang digunakan adalah metode *Heuristic Evaluation*.
4. Fitur Pengunjung
 - a. Registrasi sebagai pelanggan,
 - b. Melihat katalog tas (menu tas yang tersedia) dengan detail jenis dan warna tas,

- c. Melihat ulasan dari pelanggan mengenai produk dan layanan G.Bydee,
 - d. Melihat informasi umum dan tata cara transaksi G.Bydee
5. Fitur *Customer*
- a. *Login* pelanggan,
 - b. Melihat katalog tas,
 - c. Melihat Informasi G.Bydee
 - d. Melakukan pemesanan tas dengan custom sesuai keinginan,
 - e. Melakukan pembayaran,
 - f. Melihat status pemesanan,
 - g. Mengisi rating dan *review* mengenai produk dan layanan G.Bydee.
6. Fitur Admin Pengelola *Website*
- a. *Login* sebagai admin,
 - b. Mengelola data *customer*
 - c. Mengelola data jenis produk
 - d. Mengelola data produk
 - e. Mengelola pemesanan *customer*, termasuk memperbarui status untuk fitur *tracking* dan pengiriman.
7. Fitur Pemilik
- a. Melihat Laporan Pemesanan Pelanggan
8. *Tools* yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:
- a. *Unified Modeling Language* untuk menunjukkan proses kerja pada sistem berjalan dan persyaratan fungsional dari sistem usulan, dimana diagram yang digunakan mencakup *activity diagram*, *use case diagram*, *sequence diagram* dan *class diagram*.
 - b. Kerangka *PIECES* untuk menganalisis persyaratan non-fungsional dari sistem usulan.
 - c. *Figma* untuk perancangan tampilan input dan output dari sistem.
 - d. Rancangan basis data akan dibuat dengan menggunakan aplikasi MySQL.