

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet yang sangat pesat memberi pengaruh yang signifikan dalam segala aspek kehidupan. Internet sendiri sangat membantu pengguna dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan bahkan dapat melakukan perdagangan atau transaksi dengan pengguna lain dari segala penjuru dunia dengan mudah dan cepat. Dengan begitu cepatnya media internet di bidang perdagangan berkembang menyebabkan proses jual-beli dengan cara *face to face* mulai dialihkan dengan proses jual-beli secara *online*. Metode *face to face* dianggap kurang efektif dan efisien dalam proses jual-beli karena masih mengharuskan pembeli dan penjual bertemu langsung di toko. Hal tersebut mengakibatkan pelanggan membutuhkan biaya yang lebih besar dan banyak menyita waktu untuk datang langsung ke toko, serta kurang luasnya wilayah pemasaran dan penjualan sehingga membutuhkan suatu media internet di bidang perdagangan yaitu *e-commerce* berkonsep *Business to Consumer (B2C)*.

*E-commerce* atau yang sering juga disebut dengan toko *online* adalah *website* yang digunakan untuk menjual produk – produk dari pemilik *website*. Kelebihan *e-commerce* dibandingkan dengan *marketplace* adalah pengelola lebih leluasa mengisi konten dalam *website e-commerce* tersebut contohnya konten artikel yang bisa digunakan untuk mengedukasi konsumen agar lebih yakin dengan produk yang di tawarkan oleh *ricollection*, berbeda dengan *marketplace* yang terbatas hanya untuk menjual produk saja.

Berdasarkan data statistik pengguna internet di Indonesia yang dirilis oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa di tahun 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% dari seluruh penduduk Indonesia, atau sekitar 171,18 juta pengguna. Terjadi kenaikan sebanyak 27,91 juta pengguna dibandingkan tahun 2017 atau naik sebesar 10,12%. Sedangkan berdasarkan wilayah Jawa masih menjadi wilayah pengguna internet terbesar di Indonesia, yakni mencapai 55%.

Berdasarkan laporan Nielsen dalam *Global Consumers Claimed Purchasing* (2018), fashion menjadi barang yang paling laris. Sebanyak 61% pelanggan membelinya secara *online*. Sektor perjalanan serta buku dan music menjadi incaran pelanggan. Dengan masing-masing sektor berkontribusi sebesar 59% dan 49%. Selanjutnya, 47% pelanggan membeli produk IT dan ponsel. Sektor terakhir adalah pembelian tiket acara dengan presentasi sebesar 45%. Dengan demikian berjualan produk *fashion* secara *online* masih memiliki peluang yang baik.

Dari uraian data survey diatas, memperlihatkan bahwa pertumbuhan industry *e-commerce* yang ada di Indonesia sangat pesat. Jumlah pengguna *e-commerce* yang meningkat membuat banyak pemilik toko *offline* yang beralih ke penjualan secara *online*. Alasan penjual memilih beralih ke *e-commerce* yaitu diantaranya, waktu usaha yang *fleksibel*, kemudahan mengelola bisnis dan yang terpenting ialah luasnya jangkauan pelanggan. Hal tersebut tentu dapat meningkatkan keuntungan yang didapatkan oleh pemilik. Dari persepektif pelanggan belanja *online* memiliki beberapa keunggulan diantaranya: Menghemat waktu dan biaya. Pelanggan tidak perlu mendatangi satu toko ke toko berikutnya hanya untuk mencari satu produk yang mereka inginkan dan memudahkan pelanggan untuk membandingkan harga di situs belanja *online*. Sehingga pelanggan dapat dengan mudah berbelanja produk yang mereka butuhkan sesuai dengan harga yang mereka inginkan. Hal tersebut tentu lebih menghemat waktu dibandingkan kita harus mendatangi satu toko ke toko berikutnya untuk membandingkan harga dan terlibat transaksi tawar menawar yang panjang demi mendapatkan barang dengan harga yang murah.

Dengan demikian penulis ingin mengembangkan sebuah *website e-commerce* berkonsep B2C (*Business to Consumer*) pada toko industri *fashion* bernama Ricollection yang beralamat di kota Binjai. Ricollection adalah pusat penjualan *fashion* pria yang menjual produk celana, kaos, kameja, sepatu dan aksesoris pria. Sistem penjualan yang digunakan di Ricollection saat ini masih menggunakan cara manual karena belum memiliki *e-commerce* sehingga penjualan masih minim. Dalam pencatatan data transaksi penjualan Ricollection masih secara manual, sehingga sering terjadi

kesalahan dalam pembuatan laporan. Dengan menggunakan fasilitas toko saja sebagai sarana penjualan maka lingkup penjualan dan promosi pun masih kecil karena hanya orang-orang yang berada dalam satu kota atau dekat dengan toko Ricollection saja yang akan membeli produk-produk ricollection. Harapannya dengan adanya *website e-commerce* tersebut dapat memudahkan pemilik dalam mengelola toko dan menghemat biaya promosi dengan tidak lagi membagikan brosur serta dapat meluaskan jangkauan pelanggan hingga ke luar Kota Binjai. Bagi pelanggan dengan adanya *website e-commerce* memberikan kemudahan untuk memperoleh informasi tentang harga produk dan informasi seputar produk baru serta menghemat waktu dan biaya tanpa harus datang ke toko untuk berbelanja. Dimana pun dan kapanpun pelanggan dapat memesan produk di toko ricollection. Sehingga penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut sebagai topik tugas akhir dengan judul **”Pengembangan Website E-commerce pada Toko Ricollection“**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam masalah sistem penjualan produk *fashion pria* pada Toko Ricollection adalah:

1. Penyampaian informasi produk baru yang kurang menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Besarnya biaya promosi pada toko ricollection disebabkan pemilik harus mencetak brosur dan memperkerjakan karyawan untuk menyebarkannya kepada masyarakat kota Binjai.
3. Untuk mendapatkan informasi tentang harga produk dan produk baru, pelanggan harus datang langsung ke toko ricollection dan ini mengakibatkan pelanggan membutuhkan waktu yang cukup banyak dan biaya yang lebih besar.

## 1.3 Ruang Lingkup Masalah

Dalam perancangan *e-commerce* pada toko Ricollection, penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. *Front-end*, merupakan sistem yang berhubungan dengan anggota atau pengguna (*user*), yang meliputi:
  - a. *Home*, merupakan fitur untuk melihat tampilan awal web.
  - b. Katalog Produk Baru, merupakan fitur untuk mengelompokkan produk produk terbaru

- c. Kategori produk, merupakan fitur yang mengelompokkan berdasarkan jenis produk.
  - d. *About us*, merupakan fitur untuk menampilkan sekilas tentang toko.
  - e. *Wishlist*, merupakan fitur untuk menampilkan daftar harapan konsumen.
  - f. *Search*, merupakan fitur untuk mencari produk tertentu.
  - g. Keranjang belanja, merupakan fitur untuk menampung produk yang akan dibeli.
  - h. *Register*, merupakan fitur *form* mendaftar bagi *user* baru.
  - i. *Account*, merupakan fitur untuk mengelola akun *user* yang terdaftar.
  - j. Favorit, merupakan fitur untuk menandai produk tertentu sebagai produk yang disukai.
  - k. Pemesanan, merupakan fitur untuk memesan produk.
  - l. *History* pemesanan, merupakan fitur untuk melihat riwayat pesanan yang telah kita pesan.
  - m. *Rating*, merupakan fitur ulasan dan penilaian tentang produk yang telah di beli oleh pelanggan.
  - n. *Contact us*, merupakan fitur untuk menghubungi admin.
  - o. Metode Pembayaran, merupakan fitur untuk memilih metode pembayaran.
  - p. Batalkan pesanan, merupakan fitur untuk membatalkan pesanan.
  - q. *Live Chat*, merupakan fitur untuk menghubungi langsung si penjual.
2. *Back-end*, merupakan aplikasi yang berhubungan dengan pemilik sistem atau administrator, yaitu:
- a. *About us*, merupakan fitur untuk mengelola profil singkat toko.
  - b. *Manage slide*, merupakan fitur untuk mengelola iklan *slide* yang ada di menu utama *website*.
  - c. *Manage status katalog*, merupakan fitur untuk mengelola produk.
  - d. *Manage kategori*, merupakan fitur untuk mengelola kategori produk.
  - e. *Manage pemesanan*, merupakan fitur untuk mengelola pemesanan produk.
  - f. Set metode pembayaran, merupakan fitur untuk mengatur metode pembayaran.
  - g. Laporan penjualan, merupakan fitur yang berisi laporan penjualan *ricollection*

- h. *Live chat*, merupakan fitur untuk menerima tanya jawab si pembeli.
- 3. Aplikasi sistem ini hanya melibatkan Admin dan *Customer*.
- 4. *Website* ini akan dikembangkan menggunakan HTML, CSS, PHP, DBMS MySQL, dan NotePad++. Pengujian dilakukan secara *LocalHost* dengan *Web Browser Google Chrome* dan *Mozilla Firefox*.

#### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan sistem *e-commerce* berbasis *web* pada Toko Ricollection.

Adapun manfaat dari pengembangan *website* ini adalah:

1. Sebagai tempat untuk membagi informasi terbaru kepada konsumen dan menambah kepercayaan konsumen terhadap toko Ricollection.
2. Sebagai sarana untuk mengiklankan produk terbaru dari Ricollection sehingga dapat memangkas biaya iklan.
3. Meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dengan memberikan informasi seputar produk yang dapat dengan mudah diakses.

#### 1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis adalah RAD (*Rapid Application Development*), sebagai dasar bagi penulis untuk mengembangkan *website e-commerce* pada toko Ricollection. Langkah-langkah RAD yang digunakan yaitu:

1. *Requirements Planning* (Perencanaan Syarat-Syarat)

Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini adalah:

- a. Menganalisis masalah yang terjadi pada toko ricollection.
- b. Mengeksplorasi *website – website* sejenis sebagai bahan referensi dalam pembuatan *website* usulan.
- c. Membandingkan *website – website* sejenis yang telah dianalisis, yaitu *frozenshop.com* dan *maskoolin*.
- d. Menetapkan fitur-fitur yang akan disediakan pada *website* ricollection yang akan dikembangkan berdasarkan perbandingan *website – website* yang telah dianalisis

- e. Mendeskripsikan persyaratan pengguna dengan menggunakan *use case diagram* dan *use case scenario*.
- f. Mendesain *activity diagram* untuk mendeskripsikan proses bisnis yang ada pada website *e-commerce* ricollection.

## 2. RAD Design Workshop (Workshop Desain

RAD) Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini adalah:

- a. Merancang *prototype high fidelity* dengan menggunakan tools elementor.
- b. Melakukan JAD (*Joint Applications Development*). Pada kegiatan ini penulis mendemonstrasikan kepada pemilik dan pelanggan untuk mengetahui apakah *prototype* yang dibuat pada kegiatan sebelumnya sudah sesuai. Jika ya, kegiatan berikutnya akan dilakukan, jika tidak, *prototype* direvisi dengan mengulang kembali merancang *prototype* yang baru.
- c. Merancang basis data dengan menggunakan struktur tabel dalam database dan relasi antar tabel.

## 3. Implementation (Implementasi)

Pada fase implementasi ini, penulis membangun *website* berdasarkan *prototype-prototype* yang sudah diselesaikan. *Website* ini dibangun menggunakan HTML, CSS, PHP, dan NotePad++, serta menggunakan XAMPP sebagai *database* untuk menyimpan data dari *website* yang dikembangkan. Untuk lingkungan pengujian dilakukan secara *localhost* dengan *web browser* Google Chrome dan Mozilla Firefox dan pengembangan *website* ini tidak membahas masalah keamanan.