

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju memberikan dampak positif bagi masyarakat. Salah satunya di dalam bidang bisnis. Persaingan bisnis yang semakin ketat mengharuskan pengusaha berpikir kreatif untuk memasarkan produk yang akan dijual. Telah banyak pengusaha membangun *online shop* untuk mendukung proses pemasaran dan penjualan produk. *Online shop* dapat dimanfaatkan pemilik untuk memasarkan barang atau jasa kepada konsumen tanpa harus bertatap muka secara langsung. *E-commerce* yang merupakan media *online* dapat memfasilitasi customer Rima.Arhyan dalam proses pemesanan produk yang disediakan oleh pemilik dan mempermudah pemilik dalam mengelola data pesanan dari customer. *E-commerce* adalah suatu bagian dari *E-Lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual-beli dilakukan secara *online* dari sudut tempat manapun [1].

Rima.Arhyan merupakan usaha kecil menengah yang menjual berbagai macam produk *Fashion*. Produk yang ditawarkan berupa baju, sepatu, celana dan jaket. Pemasaran dan promosi produk pada Rima.Arhyan dilakukan dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram. Pada proses penjualan yang berjalan dijumpai beberapa permasalahan yakni: customer yang ingin memesan produk terlalu lama menerima informasi seputar produk melalui aplikasi *chatting* atau *direct messenger* untuk mengetahui apakah produk yang ingin dipesan masih ada sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Pemesanan saat ini hanya dilakukan melalui aplikasi Instagram dimana customer harus bertanya kepada penjual tentang detail produk karena detail produk tidak tersedia dan pemilik sering kewalahan dalam mencari produk yang diinginkan customer karena tidak memiliki kode produk saat *update* gambar ke Instagram. Hal ini mengakibatkan pemilik sering meminta *capture*-an produk yang diinginkan customer untuk mencari produknya. Pemilik tidak dapat mengetahui hasil penjualan secara cepat karena data penjualan hanya tertera di *chattingan* sehingga pemilik harus merekap penjualan yang terjadi dari *chatting-chatting* tersebut per customer. Tidak tersedianya laporan penjualan yang menyebabkan, pemilik tidak mengetahui hasil total penjualan per-bulan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diperlukan suatu media *online* dengan konsep *e-commerce* yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh Rima.Arhyan. Penulis akan menganalisis dan merancang suatu aplikasi penjualan *online* yang akan dituangkan ke dalam tugas akhir dengan judul “**Analisis dan Perancangan Online Shop Pada Rima.Arhyan**”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat dalam Tugas Akhir ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Proses pemesanan membutuhkan waktu yang lama / tidak efektif dan efisien.
2. Tidak adanya laporan penjualan per periode yang dapat digunakan oleh pemilik untuk mengetahui keuntungan produk.

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup Tugas Akhir ini adalah:

1. Rancangan menggunakan sublime text dan *database* MySQL.
2. Fitur yang tersedia untuk pemilik yaitu:
 - a. Melakukan login
 - b. Mengelola data produk
 - c. Mengelola kategori produk
 - d. Mengelola pesanan
 - e. Mengelola pembayaran
 - f. Mengelola testimoni customer
 - g. Melakukan pencetakan laporan penjualan, laporan pembayaran, laporan retur penjualan, laporan pengiriman.
 - h. Mengelola pengiriman laporan produk.
3. Fitur yang tersedia untuk customer yaitu:
 - a. Melakukan login
 - b. Melakukan pemesanan produk
 - c. Melakukan konfirmasi pembayaran
 - d. Memberikan testimoni produk

- e. Melihat informasi tracking produk, informasi retur penjualan, daftar produk, riwayat pesanan
 - f. Melakukan retur penjualan
4. Fitur yang tersedia untuk pengunjung situs yaitu melihat menu produk.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan Tugas Akhir ini adalah menganalisis dan merancang sebuah aplikasi penjualan *Fashion* pada Rima.Arhyan untuk memenuhi kebutuhan customer dalam melakukan pemesanan, kebutuhan pemilik untuk mengelola data penjualan dan melihat laporan penjualan.

Manfaat Tugas Akhir ini adalah memberikan gambaran lengkap untuk proses pengembangan aplikasi *online shop* di masa mendatang serta menambah media pemasaran dan penjualan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan.

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi pengembangan sistem yang digunakan penulis mengacu pada *System Development Life Cycle* (SDLC). Terdapat 7 tahapan pada pengembangan sistem informasi dengan metodologi SDLC, namun pada perancangan aplikasi ini hanya dilakukan sampai tahap keempat. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

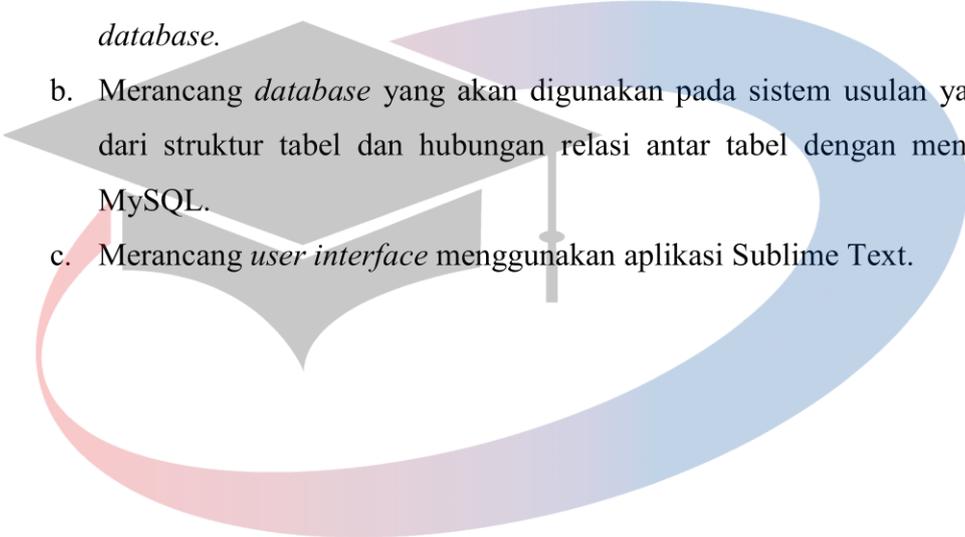
1. Mengidentifikasi masalah, peluang, dan tujuan
Pada tahapan ini akan didefinisikan masalah yang ada pada usaha Rima.Arhyan dengan menggunakan diagram *Fishbone*.
2. Menentukan syarat-syarat informasi
Untuk memperoleh syarat-syarat informasi dan data yang dilakukan dalam Tugas Akhir ini, untuk menganalisis prosedur sistem berjalan, menganalisis dokumen masukan dan dokumen keluaran, daftar kebutuhan. Pada tahapan ini digambarkan dan dideskripsikan proses pemasaran, berupa informasi tetap dan dinamis. Kategori informasi tetap adalah profil usaha, visi, misi, sejarah perusahaan, dan latar belakang usaha.
3. Menganalisis kebutuhan sistem

Pada tahapan ini akan disusun analisis kebutuhan bisnis dari sistem baru yang meliputi daftar input, proses, dan output fungsi bisnis dalam bentuk diagram dengan menggunakan tools seperti DFD (*Data Flow Diagram*).

4. Merancang untuk sistem berjalan yang direkomendasikan

Pada tahapan ini penulis akan merancang sistem usulan yang diharapkan dapat memperbaiki sistem penjualan. Proses yang dikerjakan pada tahapan ini adalah:

- a. Merumuskan kamus data yang digunakan dalam perancangan tabel dalam *database*.
- b. Merancang *database* yang akan digunakan pada sistem usulan yang terdiri dari struktur tabel dan hubungan relasi antar tabel dengan menggunakan MySQL.
- c. Merancang *user interface* menggunakan aplikasi Sublime Text.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL