

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan pasar bebas, persaingan bisnis menjadi semakin ketat, berbagai macam jenis barang dan jasa dengan ratusan merek membanjiri pasar Indonesia. Persaingan antar merek produk semakin tajam dalam merebut pelanggan, begitu pula persaingan antar klinik kecantikan yang semakin banyak bermunculan. Untuk memenangkan persaingan setiap perusahaan harus memperhatikan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan. Bagi pelanggan, pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang banyak. Pelanggan bebas memilih produk dan merek yang ingin dibelinya. Pelanggan akan menggunakan kriteria tertentu untuk membeli produk atau menggunakan jasa.

Gonova Beauty Care adalah sebuah klinik kecantikan yang menawarkan berbagai jenis jasa perawatan kecantikan, konsultasi dan juga produk kecantikan, yang berdiri sejak 14 September 2016, Gonova Beauty Care hadir membawa warna baru dengan produk dan jasa yang beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan kulit pelanggan. Produk-produk yang ditawarkan merupakan formula terbaik yang telah melewati uji klinis *Research & Innovation*, dan terbukti efektif serta aman dikonsumsi.

Kendala yang dihadapi adalah tingginya minat pelanggan untuk datang ke Gonova Beauty Care pada hari libur sehingga permasalahan antrian yang panjang dan membuang banyak waktu pelanggan. Padahal selain pelayanan yang prima dan memuaskan, tentu pelanggan akan lebih merasa senang apabila tidak perlu mengantri lama. Informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan oleh klinik hanya dapat dilihat pelanggan jika mengunjungi klinik. Untuk media pemasarannya melalui brosur dan juga katalog yang tergolong kurang efektif dan memakan biaya yang cukup besar.

Maka dari itu, penulis berminat untuk mengangkat judul Tugas Akhir **“Analisis dan Perancangan Website Pemesanan Jasa Perawatan Kecantikan dan Penjualan Produk Kecantikan pada Gonova Beauty Care”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas pada penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Pada saat hari libur pelanggan yang datang ke klinik mulai meningkat sehingga menyebabkan antrian yang panjang untuk mendapatkan layanan jasa.
2. Informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan hanya bisa diketahui dengan mengunjungi langsung ke klinik.
3. Media pemasaran hanya berbentuk fisik, seperti brosur dan katalog yang memakan biaya untuk mencetak setiap bulannya dan juga kurang efektif.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup yang akan dibahas pada Analisis dan Perancangan Website Pemesanan Jasa Perawatan Kecantikan dan Penjualan Produk Kecantikan pada Gonova Beauty Care. Rancangan website pemesanan dan penjualan digunakan oleh 3 jenis pengguna yaitu: manajer umum, pelanggan, pengunjung

1. Fitur-fitur yang disediakan untuk manajer umum yaitu:

- a. Mengelola konfirmasi pembayaran.
- b. Mengelola input resi.
- c. Mengelola jasa yang ditawarkan.
- d. Mengelola produk yang dijual.
- e. Mengelola promo.
- f. Mengelola *FAQ*.
- g. Mengelola kurir.
- h. Mengelola ongkir produk
- i. Mengelola akun bank klinik.
- j. Menambah transaksi penjualan produk di klinik.
- k. Menambah transaksi penjualan jasa di klinik.
- l. Melihat informasi pelanggan.
- m. Mengelola hubungi kami.
- n. Melihat *detail* pesanan produk.
- o. Melihat *detail* pemesanan jasa.
- p. Mengelola tentang kami.
- q. Mengelola beranda.
- r. Mencetak laporan penjualan produk.

- s. Mencetak laporan penjualan jasa.
 - t. Mengelola galeri.
 - u. Mengelola testimonial.
 - v. Mengelola blog.
 - w. Mengelola antrian.
2. Fitur-fitur yang disediakan untuk pelanggan yaitu:
- a. Melihat informasi tentang kami.
 - b. Melihat informasi beranda.
 - c. Melihat promo.
 - d. Melihat *FAQ*.
 - e. Dapat melakukan pemesanan jasa (*booking*).
 - f. Melihat katalog produk.
 - g. Melihat katalog jasa.
 - h. Melakukan pemesanan produk.
 - i. Melakukan pembayaran.
 - j. Melihat hubungi kami.
 - k. Mengelola informasi data diri.
 - l. Melihat riwayat pemesanan produk.
 - m. Melihat riwayat pemesanan jasa (*booking*).
 - n. Melihat galeri.
 - o. Melihat testimonial.
 - p. Melihat blog.
 - q. Melihat antrian.
3. Fitur-fitur yang disediakan untuk pengunjung yaitu:
- a. Melihat informasi tentang kami.
 - b. Melihat informasi beranda.
 - c. Melihat *FAQ*.
 - d. Melihat katalog produk.
 - e. Melihat katalog jasa.
 - f. Melihat hubungi kami.
 - g. Melakukan registrasi.

- h. Melihat promo.
- i. Melihat galeri.
- j. Melihat testimonial.
- k. Melihat blog.
- l. Melihat antrian.

1.4. Tujuan dan manfaat

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk menganalisis dan merancang sebuah *website* yang jika dikembangkan lebih lanjut dapat memiliki daya guna dalam meningkatkan pemesanan jasa dan penjualan produk dari Gonova Beauty Care.

Adapun manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Sistem yang dapat mengatur pembagian waktu pada klinik dan juga dapat memberitahu calon pelanggan secara online jika klinik sedang penuh sehingga tidak perlu mengantri terlalu lama.
2. Memudahkan pelanggan untuk melihat dan juga membeli produk dan jasa yang ditawarkan melalui *website*.
3. Menekan biaya dalam melakukan promosi yang sudah bisa dilakukan di halaman beranda situs web dan juga melalui media sosial, sehingga tidak perlu lagi mencetak promosi dalam bentuk brosur dan katalog.

1.5 Metode Penelitian

Metodologi analisis dan perancangan pada Gonova Beauty Care penulis menggunakan metodologi *System Development Life Cycle* (SDLC). Tahap-tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah, peluang dan tujuan

Pada tahap ini, penulis mengidentifikasi masalah yang ada di Gonova Beauty Care dan melihat peluang penggunaan sistem informasi berbasis *website* dalam menyelesaikan masalah yang ada sehingga mampu mencapai tujuan.

2. Menentukan syarat-syarat informasi

Proses-proses pada tahapan ini adalah:

- a. Mengumpulkan *website* sejenis untuk dianalisis sebagai bahan referensi.
- b. Membandingkan *website* sejenis yang dianalisis

- c. Menetapkan fitur yang akan disediakan pada *website* yang dikembangkan dari perbandingan *website* sejenis.
- d. Membuat FOD sistem berjalan.

3. Menganalisis kebutuhan sistem

Pada tahap ini, penulis menganalisis setiap kebutuhan-kebutuhan sistem, yakni kebutuhan fungsional dengan mengidentifikasi kebutuhan pada entitas yang terkait dengan sistem. Kemudian melakukan analisis kebutuhan nonfungsional dengan memakai kerangka *PIECES* (*Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, Service*) dan merancang sistem usulan menggunakan DFD (*Data Flow Diagram*) serta membuat kamus data.

4. Merancang sistem yang direkomendasikan

Pada tahap ini, penulis menggunakan informasi-informasi yang terkumpul sebelumnya untuk mencapai desain sistem informasi yang logis.

Proses-proses yang dikerjakan pada tahap ini adalah:

- a. Merancang bentuk *user interface* dari *website* dengan menggunakan *Bootstrap*.
- b. Melakukan normalisasi untuk menghilangkan redudansi pada tabel.
- c. Merancang *database* yang akan digunakan oleh sistem usulan yang terdiri dari struktur tabel dan hubungan antar tabel dengan menggunakan MySQL.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL