

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat khususnya di bidang komputer dan internet, hal tersebut sangat efektif untuk menciptakan sebuah karya. Komputer yang berperan sebagai media pengolahan data sangat penting dalam menyelesaikan pekerjaan. Manfaat internet juga dapat memperluas wawasan ataupun dapat menyebar luaskan suatu informasi sehingga memudahkan kita untuk mencari sesuatu yang dibutuhkan ataupun melakukan transaksi secara *online*. Di era modernisasi yang serba digital ini, penjualan tidak hanya dijalankan oleh pelakunya di lapangan saja atau dalam kajian pokok menjalankan bisnis seperti pada umumnya yaitu mempunyai toko, kios, outlet, kantor dan gudang. Tetapi dengan kecanggihan internet yang merupakan salah satu landasan berkembangnya bisnis menjadikan internet sebagai lahan bisnis yang luar biasa.

Penggunaan teknologi internet dan komputer juga digunakan untuk penjualan, atau pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk melakukan pemesanan. Salah satu fasilitas internet untuk melakukan penjualan *online* dikenal dengan istilah *eCommerce*. Pertumbuhan *eCommerce* di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya, terlebih adanya pandemi pada tahun 2020. Banyak masyarakat yang sebelumnya tidak melakukan pembelian melalui online dan kini harus mengandalkan berbagai platform digital belanja untuk memenuhi kebutuhan mereka. *ECommerce* pun menjadi pilihan alternatif bagi banyak masyarakat Indonesia untuk membeli produk. *ECommerce* itu sendiri merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui halaman *web*, email, media sosial (Instagram, Facebook, dll), instant messaging (*Whatsapp*, Line, dll), dan melalui platform digital atau *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Tiktok, Lazada, Bukalapak, dll).

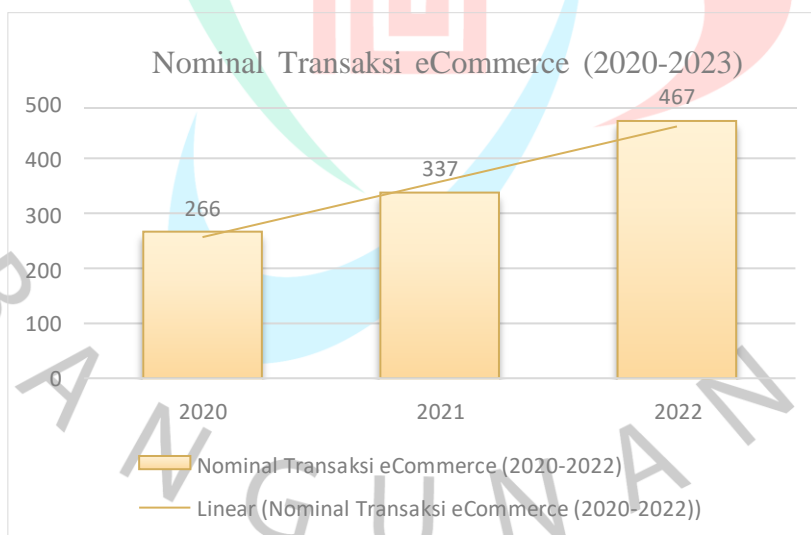
Penggunaan sistem *eCommerce* menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen maupun pihak produsen dan penjual. Bagi pihak konsumen lebih singkat dibandingkan dengan cara belanja yang konvensional. Selain bisa lebih cepat, di internet telah tersedia hampir semua macam barang yang dibutuhkan, baik kebutuhan primer yang mutlak harus terpenuhi terlebih dahulu seperti kebutuhan makanan, pakaian, dan penunjang kesehatan, dan juga kebutuhan sekunder yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dengan tujuan untuk melengkapi kebutuhan seperti handphone, laptop, alat elektronik, alat rumah tangga dan lain sebagainya. Walaupun proses pembelian dilakukan secara *online*, akan banyak informasi penting yang didapatkan untuk produk yang akan dibeli melalui deskripsi yang tersedia baik pembelian melalui *web*, *marketplace*, media sosial, ataupun instant messaging. Menurut data Sirclo, dari banyaknya platform-platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *marketplace*, diikuti oleh *web* kemudian media sosial.

Marketplace merupakan sebuah wadah jual beli produk dimana penjual dan konsumen bertemu di satu platform dan penjual akan menjual barangnya di lapak yang sudah disediakan oleh *eCommerce* dengan konsep *marketplace*. Penjual dapat menjelaskan produk pada *marketplace* tersebut dan memberikan deskripsi produk yang akan dijual yang dapat berupa photo atau video untuk memperjelas kegunaan produk. Media penjualan selanjutnya dapat berupa *web* yang halaman *web*nya saling berhubungan yang umumnya berisikan kumpulan informasi berupa data teks, gambar, animasi, audio, video, ataupun gabungan dari semuanya yang biasa digunakan untuk personal, organisasi dan perusahaan. Dan media sosial merupakan media daring yang memberikan kemudahan para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi informasi, dan menciptakan isi yang berupa blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Jejaring sosial, blog dan blog merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh semua kalangan manusia.

Ditengah pandemi pada tahun 2020, tingginya pertumbuhan

eCommerce di Indonesia yang sangat dipengaruhi adanya pandemi Covid-19. Bisnis penjualan online pada *eCommerce* di Indonesia semakin menjanjikan dan banyak diminati oleh konsumen. Seiring banyaknya waktu dirumah sepanjang masa pandemi dan adanya penerapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar oleh pemerintah tak mengurangi minat pada konsumen di Indonesia bahkan menjadi alternatif bagi banyak masyarakat untuk mencari dan membeli produk kebutuhan melalui *eCommerce*. Menurut data kominfo, nominal transaksi *eCommerce* dari tahun 2020-2023 terus terjadi peningkatan dari tahun ke tahunnya.

Pada tahun 2020 nominal transaksi *eCommerce* di Indonesia mencapai 253 Triliun dan meningkat pesat pada tahun 2021 yang mencapai 337 Triliun yang terjadi peningkatan sebesar 33,2% transaksi pada *eCommerce*. Pada tahun 2023 terdapat transaksi mencapai 467 Triliun dan terjadi peningkatan sebesar 35,9%. Melalui platform *eCommerce* konsumen kebanyakan membeli produk pakaian, produk elektronik, produk yang berkaitan dengan kecantikan, atau bahan makanan serta produk kesehatan.



Gambar 1.1 Transaksi eCommerce

Produk *fashion* adalah barang yang paling dicari menurut *web* niagahoster. Secara umum, bisnis *fashion* terbagi menjadi dua kategori utama, *fashion* wanita dan *fashion* pria. Memang, *fashion* untuk kaum

hawa lebih banyak diminati. Banyak dari wanita mencari produk *fashion* di platform TikTok Shop karena promo yang ditawarkan, sama seperti *Online shop* yang bernama Hoodie_addict, menyediakan produk *fashion* pada platform tersebut. Tetapi masih banyak kekurangan dari platform TikTok Shop seperti jasa kurir yang kurang lengkap dan tataletak fitur yang susah ditemukan. Berdasarkan beberapa hal diatas maka dimanfaatkan oleh Hoodie_addict untuk merancang dan membuat *eCommerce* khusus produk Hoodie_addict. Hoodie_addict menjual *fashion* unisex seperti hoodie, *Tshirt* dan lainnya. Nantinya pada *eCommerce* tersebut akan dilengkapi dengan fitur pemilihan jasa kurir dan *chat* customer service agar lebih mudah untuk melakukan pertanyaan produk. Oleh karena itu, diperlukan dalam pembangunan suatu teknologi informasi dan komunikasi yang berupa *web eCommerce*, dan mengangkatnya sebagai tugas akhir dengan judul **“Perancangan Sistem Informasi Penjualan *Online* Dengan Fasilitas *Chat* dan Opsi Ekspedisi Sebagai Penunjang Kebutuhan Konsumen Berbasis *WEB*”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka daftar masalah yang telah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Hoodie_addict mengalami kesulitan untuk menyediakan pilihan jasa kurir dikarenakan kurangnya jasa kurir yang disediakan oleh platform yang dipakai sebelumnya.
2. Tata letak fitur pada platform yang sudah ada kurang jelas sehingga membingungkan konsumen.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka ditemukan rumusan masalah yaitu bagaimanakah perancangan aplikasi penjualan *online* produk *fashion* dengan fasilitas *Chat* dan Opsi ekspedisi yang dapat

memudahkan konsumen untuk membeli produk pada Hoodie_addict ?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

1.3.1 Ruang Lingkup

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi di atas maka pada penelitian ini ruang lingkup akan berfokus untuk menghasilkan penjualan pada Hoodie_addict.

1.3.2 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis menetapkan batasan masalah yang akan dibahas dalam pembuatan aplikasi penjualan berbasis *web* ini, yaitu pemesanan dan konfirmasi produk dilakukan secara *online*, jasa kurir diambil dari API open source RAJA ONGKIR, pembayaran menggunakan sandbox dari third party MIDTRANS, pembatasan hak akses pembeli dan pengunjung.

1.4 Maksud dan Tujuan

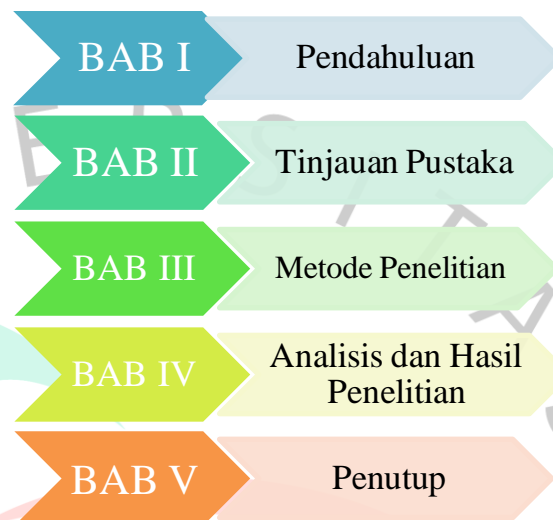
Penelitian ini dilakukan oleh Ajeng Gita Rahayu dengan tujuan sebagai berikut:

1. Membuat aplikasi penjualan produk *fashion* pada Hoodie_addict berbasis *web*.
2. Pembuatan aplikasi penjualan berbasis *web* ini dapat membantu dalam proses pengolahan pesanan dan pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini mengacu pada literatur-literatur yang didapatkan, untuk kemudian melakukan pengolahan data dengan

merubah susunan kata atau kalimat sesuai alur penulisan tanpa merubahdari maksud maupun tujuan penulisan itu sendiri, sehingga didapatkan pembahasan yang sistematis. Adapun sistematika dari penulisan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2 Gambaran Sistematika

Dari penulisan pada tugas akhir ini yang berisi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdapat latar belakang dalam perancangan sistem informasi pelayanan jasa usaha Hoodie_addict berbasis *web*, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka terdiri dari teori-teori yang digunakan di dalam penelitian serta tinjauan studi yang berisi literatur literatur review penelitian yang mendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang suatu metode penelitian yang digunakan dalam perancangan sistem informasi pelayanan jasa usaha Hoodie_addict berbasis *Web*.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Pada bab ini berisi hasil dan analisis penelitian mengenai sistem informasi penjualan *online* dengan fasilitas *chat* dan opsi ekspedisi sebagai penunjang kebutuhan konsumen berbasis *web*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran mengenai sistem informasi serta implementasi program yang telah dibuat.

