

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan pada penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat yang diharapkan pada penelitian ini, beserta batasan masalah dan asumsi-asumsi pada penelitian.

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi banyak mempengaruhi beberapa aspek kehidupan dan tatanan sistem-sistem tertentu. Banyak teknologi yang berkembang cepat dan sudah dimanfaatkan oleh beberapa bidang, salah satunya yaitu dalam bidang perdagangan. Menurut Akhinayasrin, pada hakikatnya perdagangan suatu barang tidak harus dijual secara langsung oleh konsumen atau pengguna. Dengan adanya perkembangan teknologi, para konsumen tidak diharuskan secara langsung bertatap muka dengan penjual dan melihat barang atau jasa yang mereka inginkan sehingga dapat menghemat dari segi waktu maupun biaya.

Berdasarkan kondisi tersebut para pelaku bisnis berlomba – lomba untuk membangun bisnis berbasis *online*, atau bisa juga disebut dengan *e-commerce*. Beberapa tahun terakhir, tidak sedikit masyarakat di Indonesia yang telah memanfaatkan teknologi tersebut untuk menawarkan produk atau jasa mereka secara *online*. Dengan bermodal adanya jaringan internet, serta adanya kepercayaan dari pihak konsumen dan produsen kedua belah pihak mendapatkan kemudahan bertransaksi dan produsen dapat menjangkau pasar dengan cakupan yang lebih luas. Kondisi tersebut menyebabkan baik konsumen maupun penjual tertarik dengan penerapan sistem *e-commerce*. Perkembangan bisnis *online shop* di Indonesia sendiri berkembang pesat seiring bertambahnya jumlah pengguna internet. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 82 juta.

Toko Mr. Pienk merupakan Industri Kecil Menengah (IKM) yang bergerak di bidang manufaktur. Sebagai obyek penelitian Toko Mr. Pienk menjual berbagai jenis sepatu khusus wanita. Penjualan yang dilakukan toko Mr. Pienk saat ini masih bersifat konvensional, dimana proses jual-beli masih dilakukan dengan cara pelanggan langsung memesan sepatu ke toko. Pelanggan dapat menentukan sendiri desain, ukuran, jenis kulit sepatu yang diinginkan. Sepatu yang dijual khususnya sepatu wanita antara lain sepatu flat, sepatu *heels*, sepatu karnaval, sepatu boots, *heels* selop dan pantofel atau *sadlle*

*shoes*. Penjualan yang dilakukan tidak hanya secara eceran namun pembeli dapat memesan dalam jumlah banyak untuk satu jenis sepatu ataupun beberapa jenis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko, saat ini promosi tidak dilakukan karena tidak ada manajemen yang mengelola pemasaran di toko sepatu Mr. Pienk sehingga belum tersebar ke masyarakat luas. Sedangkan saat ini pemasaran dapat dilakukan dengan media internet. Perusahaan yang menggunakan sebuah *web* sebagai sistem pemasaran perusahaannya sebelum pesaing mereka, merupakan suatu keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) karena menggunakan internet menggunakan internet *channel* memudahkan konsumen untuk saling tukar dengan *supplier* (Eid, Riyad, & Trueman, 2002).

Dalam proses pemesanan dan penyimpanan data pembelian di toko sepatu Mr. Pienk masih sering terjadi kekeliruan pembuatan sepatu yang dipesan pelanggan. Hal ini menyebabkan banyak konsumen yang mengembalikan sepatu yang sudah dibuat karena tidak sesuai dengan keinginan. Spesifikasi desain sepatu yang diinginkan pelanggan kurang rinci atau tidak menggunakan kode –kode tertentu sehingga pembuat sepatu salah memproduksi karena salah mengerti terhadap spesifikasi. Diperlukan adanya sebuah sistem baru untuk sarana pengelolaan *database* pembelian sepatu.

Dalam penelitian ini untuk membangun sistem digunakan bahasa pemrograman PHP, karena PHP banyak dipakai untuk memrogram sistem *e-commerce* dan PHP dapat digunakan untuk membangun sebuah CMS. Dalam penelitian sistem *e-commerce* didukung *tools* penyimpanan *database* menggunakan SQL. SQL (*Structure Query Language*) merupakan salah satu *tools* untuk pengelolaan *database*. Dengan menggunakan SQL pengoperasian *database*, terutama untuk pemilihan atau seleksi dan pemasukan data, yang memungkinkan pengoperasian data dikerjakan dengan mudah secara otomatis dan dapat diakses secara *online*.

Sistem informasi yang ada di toko sepatu Mr. Pienk saat ini masih memiliki beberapa kelemahan. Analisa kelemahan sistem lama pada toko dapat ditinjau dari sudut pandang PIECES (*Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, Service*), yaitu sebagai berikut (Al Fatta, 2007):



Tabel 1.1 Analisis Kelemahan Sistem Lama

<b>PERFORMANCE</b>
Proses pencatatan pesanan masih memerlukan waktu yang cukup lama, karena setelah memilih sepatu yang ada pada etalase, pelanggan kemudian memilih jenis bahan yang ada pada catalog atau pada sepatu yang lain kemudian spesifikasi sepatu dicatat oleh pengelola
<b>INFORMATION</b>
Data spesifikasi pemesanan kurang akurat karena tidak dibedakan dengan kode-kode tertentu sehingga data pemesanan untuk proses produksi sulit dikelola karena ketidaksepahaman jenis spesifikasi antara pihak pengelola data dengan pengrajin.
<b>ECONOMY</b>
Biaya operasional yang dibutuhkan untuk membuat desain sepatu yang baru cukup besar dan harus memindah beberapa sepatu yang sudah ada pada etalase toko.
<b>CONTROL</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem informasi pada toko keamanannya belum begitu diperhatikan karena dapat dilihat oleh pihak manapun yang sedang berada di toko.</li> <li>2. Ketika sepatu telah diselesaikan dan diserahkan pada pembeli, maka kwitansi pembelian akan dihilangkan dari buku jurnal dan belum ada sistem yang menyimpan data-data lama.</li> </ol>
<b>EFICIENCY</b>
Untuk pelaporan data informasi pemesanan hanya dilakukan oleh pihak pengelola toko saja, jadi ketika pihak pengelola toko tidak masuk maka informasi yang sebelumnya telah direkap oleh pihak pengelola kurang dipahami dengan pengelola yang menggantikan, hal tersebut akan menghambat proses produksi dan pemesanan berikutnya.
<b>SERVICE</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem informasi pemesanan tidak bisa diakses 24 jam karena keterbatasan jam kerja toko.</li> <li>2. Sistem hanya bisa dijangkau oleh warga yang berada di kota Malang saja sedangkan warga luar kota yang ingin memesan harus datang ke toko Mr. Pienk.</li> <li>3. Pendistribusian informasi pemesanan antara pihak pengelola dengan konsumen kurang baik karena pihak pengelola sering terlambat memberikan informasi jika terjadi penundaan produksi pada konsumen. Pemberitahuan hanya melalui sms saja.</li> </ol>

Untuk mengatasi masalah diatas, maka penulis berharap dapat melakukan kegiatan bisnis dengan menggunakan teknologi *e-commerce*. Karena dengan *e-commerce* dapat mempermudah serta memperlancar proses perdagangan dan transaksi secara *online*. *E-commerce* adalah satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Purbo dkk, 2001). Perdagangan konvensional membutuhkan berbagai media dalam prosesnya sehingga membutuhkan banyak waktu. Dalam perdagangan elektronik, semua berjalan secara otomatis. Agar lebih jelasnya berikut perbandingan media perdagangan konvensional dan perdagangan elektronik (Nugroho, 2006):

Tabel 1.2 Perbandingan media Perdagangan Konvensional dan Perdagangan elektronik

Siklus Penjualan	Media Perdagangan Konvensional	Media Perdagangan Elektronik
Mencari informasi barang/jasa yang diperlukan	Majalah,catalog,surat kabar dan bentuk-bentuk tercetak	Situs Web
Memeriksa harga	Catalog tercetak	Catalog <i>online</i>
Memeriksa ketersediaan barang dan harganya	Telepon,faksimil	Situs web
Melakukan pemesanan	Surat,faksimil, dan bentuk-bentuk tercetak lainnya	Surat elektronik, halaman web
Mengirimkan pemesanan	Surat,faksimile	Surat elektronik, halaman web
Mengurutkan pesanan	Pengirim	Pengirim
Memeriksa barang di gudang	Bentuk tercetak, telepon, faksimile	<i>Database</i> , halaman web
Menjadwalkan pengiriman	Bentuk tercetak	<i>Database</i>
Membuat <i>invoice</i>	Bentuk tercetak	<i>Database</i>
Mengirimkan pesanan	Pengirim	Pengirim
Konfirmasi Pesanan	Surat, telepon, faksimil	Surat elektronik
Mengirim <i>invoice</i> (penyedia) dan menerima <i>invoice</i> (pembayar)	Surat	Surat Elektronik, EDI ( <i>Electronic Data Interchange</i> )
Jadwal pembayaran	Bentuk tercetak	<i>Database</i> ,EDI
Mengirim (pembayar) dan menerima (penyedia) bukti pembayaran	Surat	EDI, EFT ( <i>Electronic Funds Transfer</i> )

Sumber: Adi Nugroho “E-Commerce Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya Halaman 10

Selain itu juga, manfaat dan keuntungan dari pembuatan *e-commerce* sudah dapat dilihat dari keberhasilan beberapa peneliti sebelumnya yang menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu solusi untuk mengembangkan jaringan pemasaran. (Reza) 2009 merancang sebuah sistem pemesanan barang dengan menggunakan Macromedia Dreamweaver 8 untuk mengembangkan peasaran pada Toko Palapa Sport. Evans (2010) juga merancang *e-commerce* pada DJSouvenir Shop pada toko mainan Bocah Yogyakarta dengan menggunakan Adobe Dreamweaver CS3 dengan PHP untuk mengembangkan pemasaran di sana dan mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui *internet*. (Arifin) 2012 juga merancang sebuah *e-commerce* pada UKM Yan Cake dengan menggunakan Macro Media Dreamveawer 8 untuk meningkatkan pemasaran di sana.

Ditinjau berdasarkan kondisi perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini, dibutuhkan suatu sistem online untuk kelancaran proses perdagangan, peneliti mengusulkan *e-commerce* yang didukung dengan *database* akan membantu kinerja toko sepatu Mr. Pienk yang lebih cepat, efektif dan efisien. Pelanggan dapat mengakses dengan cepat informasi pembelian yang telah dilakukan karena data disimpan di dalam *database*. Dalam penelitian ini aplikasi *e-commerce* yang digunakan adalah dengan *software* bahasa



pemrograman PHP dan My SQL yang mempermudah toko sepatu Mr. Pienk dalam hal penjualan, pemesanan dan promosi produk karena dilakukan secara *online*. Dan *tools* pendukung yaitu Xampp untuk membantu pengelolaan *database* pada toko sepatu Mr. Pienk.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas serta hasil penelitian yang telah dilakukan, maka identifikasi masalah yang didapat adalah:

1. Belum ada sistem pengelolaan *database* pemesanan yang dikelola oleh toko sepatu Mr. Pienk.
2. Toko Mr. Pienk membutuhkan media promosi dan pemasaran yang efektif dan efisien di luar kota Malang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang suatu sistem pengelolaan *database* pemesanan dan pemasaran sepatu dengan menggunakan PHP dan My SQL pada toko sepatu Mr. Pienk?
2. Bagaimana membangun suatu sistem yang dapat mengelola *database* pemesanan dan pemasaran produk toko sepatu Mr. Pienk menggunakan PHP dan MySQL?
3. Bagaimana menguji sistem sistem pengelolaan *database* dan pemasaran dengan menggunakan PHP dan MySQL?

### 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari aplikasi *e-commerce* ini agar penelitian ini lebih terarah adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi sistem *e-commerce* ini hanya sebatas *prototype* saja.
2. Aplikasi tidak membahas detail tentang transaksi bank yang terjadi.
3. Tidak membahas secara detail keamanan sistem.
4. Aplikasi *e-commerce* ini tidak memperhitungkan faktor biaya.
5. Langkah perancangan sistem hanya sampai tahap implementasi karena sistem yang dibuat masih sebatas *prototype*.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka tujuan yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang suatu sistem *e-commerce* yang dapat mengelola *database* pemesanan dan pemasaran produk toko sepatu Mr. Pienk.
2. Membangun suatu sistem *e-commerce* yang dapat mengelola penjualan dan pemasaran produk toko sepatu Mr. Pienk.
3. Menguji sistem sistem *e-commerce* dengan menggunakan PHP dan MySQL sesuai dengan kebutuhan pemilik toko sepatu Mr. Pienk dan pelanggan yang akan memesan sepatu.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini bagi toko sepatu Mr. Pienk dan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi akademik
  - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan penyusunan penelitian yang serupa dan lebih mendalam.
  - b. Mampu memahami perancangan sistem penjualan *online*.
2. Dari sisi aplikatif
  - a. Dapat membantu toko sepatu Mr. Pienk dalam mengembangkan bisnisnya.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan pada permasalahan perdagangan di masyarakat

## Table of Contents

<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
Tabel 1.1 Analisis Kelemahan Sistem Lama .....	3
Tabel 1.2 Perbandingan media Perdagangan Konvensional dan Perdagangan elektronik ....	4
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.4 Batasan Masalah</b> .....	5
<b>1.5 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	6

