

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

E-Commerce merupakan suatu konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. *E-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara elektronik melalui suatu jaringan internet atau kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jalur komunikasi digital. (Adi Nugroho, 2006:1)

E-Commerce adalah melakukan bisnis *online*. Dalam bentuknya yang paling jelas *e-commerce* menjual produk kepada konsumen secara *online*, tapi faktanya jenis bisnis apapun yang dilakukan secara elektronik adalah *E-commerce*. Sederhananya *E-commerce* adalah membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara *online*. (Kienna, 2001:4)

E-Commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009:1)

E-Commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet. Jony Wong (2010:33).

Manfaat dalam menggunakan *e-commerce* sebagai sistem transaksi adalah:

- a. Dapat meningkatkan market *exposure* (pangsa pasar).

Transaksi *on-line* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

- b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).

Transaksi *e-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.

- c. Meningkatkan *customer loyalty*.

Ini disebabkan karena sistem transaksi *e-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang diinginkan.

Femshop bermula menggunakan sistem lama. Dan banyak kendala-kendala yang masih memiliki kekurangan dalam sistem. Kendala dalam Femshop menggunakan sistem lama yaitu:

1. Kurang fleksibel
2. Tidak memenuhi sistem pengiriman
3. Tidak terdapat rekap keuangan
4. Tidak memiliki informasi pemilihan bank untuk bertransaksi

Untuk itu harapan yang diinginkan oleh Femshop sistem bisa fleksibel dan bisa mengatasi kendala dalam sistem.

Penggunaan CMS dalam sistem ini dikarenakan:

1. Fleksibel dalam pengiriman.
2. Fleksibel terdapat rekap keuangan dan grafik analisa.
3. Fleksibel deposit box bank.

Untuk penggunaan non CMS fitur yang tidak dimiliki adalah:

1. Tidak mempunyai *record* ekspedisi secara langsung dan tidak terakreditasi dengan sistem.
2. Laporan keuangan tidak memberikan informasi secara detail. Baik neraca atau rugi laba.
3. Komunikasi ke pelanggan kurang lancar. Lagi-lagi ini terjadi karena pebisnis mengurus semua hal sendiri, mulai promosi produk, melayani

customer, menerima permintaan, mengurus pengiriman termasuk pembayaran.

4. Transaksi kerap tertunda karena bergantung pada interaksi pembeli dan penjual. Kalau pembeli tidak tanggap merespons pertanyaan pembeli, niat untuk belanja bisa tertunda atau bahkan batal.

E-commerce adalah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan lewat dunia maya (internet), dengan memanfaatkan kemajuan teknologi para pengguna *e-commerce* dapat melakukan penjualan, pembelian dan lain-lain. *E-commerce* sangat menguntungkan untuk para penggunanya karena memudahkan untuk pembeli yang menginginkan suatu barang tanpa harus bepergian untuk membelinya. Sekarang sudah semakin banyak bermunculan *online shop* ataupun perusahaan-perusahaan yang menjual berbagai macam barang melalui media *e-commerce* dengan cara hanya dengan membuat *website*. Tanpa harus bersusah payah untuk pergi ke pasar ataupun pusat perbelanjaan lain untuk membeli barang yang diinginkan kita bisa dengan mudah mendapatkan barang tersebut dengan media *e-commerce* dan kita bisa melakukan transaksi jual beli dengan media *e-commerce* juga. Media internet semakin dilirik oleh para produsen untuk menjual ataupun mempromosikan produk mereka kepada *customer*. Pada proses *e-commerce* terjadi efisiensi pada penggunaan *fax*, pencetakan dokumen, *entry* ulang dokumen, serta jasa kurir. Efisiensi tersebut akan memperlihatkan adanya pengurangan biaya dan waktu/kecepatan proses. Kualitas transfer data juga menjadi lebih baik, karena tidak dilakukannya *entry* ulang yang memungkinkan terjadinya *human error*.

Dengan adanya layanan *e-commerce* banyak manfaat yang dapat memudahkan dalam proses jual beli atau jasa yang diberikan informasi tentang perusahaan dan penawaran-penawaran khusus bisa diakses calon *customer* dengan lebih jelas dan lengkap meskipun para calon *customer* tersebut mengakses internet dari perangkat *mobile* mereka.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana membangun portal *e-commerce* sebagai media belanja *online*?
2. Bagaimana mengoptimalkan media belanja *online* untuk meningkatkan pendapatan?

C. Batasan Masalah

Sistem informasi penjualan *online* ini dibatasi pada ruang lingkup seperti :

1. Produk barang yang dijual berupa sepatu.
2. Sistem lama dengan CMS belanja *online* dengan sistem lama dan *Open Source*.
3. Hanya membandingkan sistem lama dan kebijakan untuk menggunakan domain dan hosting berdasarkan pihak pengelola dari hasil analisa kesesuaian sistem.

D. Tujuan

Adapun tujuan penulisan skripsi ini antara lain :

1. Untuk membuat portal *e-commerce* sebagai media belanja *online*.
2. Untuk membandingkan media *e-commerce* dan kebijakan untuk menggunakan domain dan hosting berdasarkan pihak pengelola dari hasil analisa kesesuaian sistem.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diantaranya:

1. Memberikan kemudahan bagi *customer* dalam mendapatkan informasi barang tanpa harus mendatangi langsung Femshop.
2. Meningkatkan dan memperluas pemasaran produk Femshop.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa bab yang masing-masing bab membahas tentang :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metode penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai teori yang menjadi dasar dan mendukung penulisan Skripsi.

BAB III ANALISIS PERANCANGAN SISTEM

Menjelaskan tentang metode perancangan penulis dalam sistem

informasi dengan menggunakan metode *PHP mySQL* serta dengan *waterfall* model.

Dan tahapan perancangan sistem informasi penjualan sepatu *online* pada femshop yang meliputi perancangan basis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menuangkan suatu sistem informasi penjualan sepatu *online* femshop.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan sistem.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisi referensi yang telah dipakai oleh penulis sebagai acuan dan penunjang yang mendukung penyelesaian tugas akhir ini.

