

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejalan dengan cepatnya perkembangan bidang teknologi, perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini, semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai senjata untuk tetap *survive* dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras. Oleh karena itu, teknologi *web* di internet memainkan peran yang sangat penting, yaitu memungkinkan organisasi atau perusahaan memasuki pasar dengan cara yang mudah, murah, dan tanpa batasan geografis, semuanya akan berada dalam apa yang dinamai ruang maya (*Cyberspace*). Dalam hal ini, organisasi atau perusahaan akan bersaing dengan pelaku bisnis yang lain di dunia maya (*virtual world*) (Nugroho, 2006).

Akhir-akhir ini penggunaan internet yang mengurusi kepada *cyberspace*, yang akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini maupun masa datang, yang secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Ini pun akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam yang membuat perusahaan dalam globalisasi ekonomi ini membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal dan serentak. Sehingga perusahaan

harus memiliki kemampuan yang cepat untuk ber adaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitinya (Amalia, 2007).

Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* yaitu untuk memsarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dengan ini e-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet (indrajit,2001).

Ternyata tidak mudah dalam mengimplementasikan *e-commerce* dikarenakan banyaknya faktor yang terkait dan teknologi yang harus dikuasi. Dengan demikian ada “tiga kategori dasar atau jenis-jenis *e-commerce* yaitu *Business To Consumer (B2C)*, *Business To Business (B2B)* dan *Consumer To Consumer (C2C)*” (Humdiana dan Indrayani, 2005).

Dengan adanya tiga kategori di atas, dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk melakukan sasaran yang akan dituju. Dengan demikian, “yang harus diingat dalam melagsungkan aktivitas bisnis *e-commerece* yaitu: adanya proses baik penjualan maupun pembelian secara *elektronic*, adanya konsumen atau perusahaan dan adanya jaringan penggunaan komputer secara *on-line*

untuk melakukan transaksi bisnis” (Laudon dan Laudon dalam Handoko, 2001).

Di samping itu, bisnis *e-commerce* mempunyai beberapa keuntungan antara lain yaitu: “dapat memper luas jaringan mitra bisnis, jangkauan pemasaran menjadi semakin luas, aman secara fisik, efektif, efisien, dan fleksibel, selain itu terdapat kekurangan dalam bisnis *e-commerce* ini antara lain: meningkatkan individualisme, terkadang menimbulkan kekecewaan dan tidak manusiawi” (Nugraha, 2006).

Dalam mendapatkan kepercayaan dalam *e-commerce*, ada beberapa prinsip yang harus dipenuhi, antara lain keterbukaan (*business practice disclosure*) yaitu akan melakukan transaksi sesuai dengan yang dijanjikan. Integritas transaksi (*transaction integrity*) yaitu tagihan yang sesuai dengan transaksi. Dan juga perlindungan terhadap informasi (*informastion protection*) yaitu penjagaan informasi agar tidak jatuh ke pihak yang tidak berkaitan dengan bisnisnya (Ratnasingham dalam Handoko, 2001).

Peningkatan transaksi menggunakan *e-commerce* oleh perusahaan merupakan indikasi bahwa manajemen memiliki komitmen terhadap pemanfaatan cara baru. Atau lebih tepat digambarkan sebagai suatu komitmen untuk memanfaatkan *e-commerce* di dalam pengembangan perusahaan. Selama ini, sistem penjualan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat manual dan secara tertulis, yang tidak jarang cenderung menyesatkan. Dengan adanya layanan jasa berupa *e-commerce* yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri, maka segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera

ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para pelanggan (Almilia, 2007).

Berkaitan dengan tugas akhir ini penelitian difokuskan pada masalah pemanfaatan tujuan teknologi informasi yang dapat memberi dukungan aktif kelancaraan usaha penjualan barang yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau usaha rumahaan yang diberi judul “ Implementasi Sistem Penjualan *Online* berbasis *E-commerce* pada *Mens & Secret* Ponorogo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana menganalisa sistem yang dibutuhkan oleh *Mens & Secret* untuk membangun Sistem Penjualan *Online*?
2. Bagaimana merancang dan membangun Sistem Penjualan *Online* berbasis *web* dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP*?
3. Bagaimana mengimplementasikan Sistem Penjualan *Online* untuk mempermudah transaksi penjualan?

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan bahasan penjualan, maka penulis akan membuat batasan terhadap masalah tersebut agar penulisan terfokus pada masalah yang diangkat menjadi judul skripsi ini. Adapun batasan masalah dari analisis dan implementasi Sistem Penjualan Online) ini adalah sebagai berikut :

1. Tidak membahas metode pembayaran secara *online*, metode pembayaran masih menggunakan cara transfer bank lokal.
2. Sistem Penjualan Online hanya menyediakan produk pakaian pria
3. Sistem ini membahas transaksi pemesanan dan penjualan produk secara *on-line*.
4. Dalam penulisan skripsi ini penulis hanya membahas metode pengembangan system SDLC (*Sistem Development Life Cycle*)
5. Tidak membahas pembuatan *domain* dan *hosting*

D. Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Menganalisa sistem yang dibutuhkan oleh *Mens & Secret* untuk membangun Sistem Penjualan Online
2. Merancang dan membangun Sistem Penjualan *Online* berbasis *web* dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP*.
3. Bagaimana mengimplementasikan Sistem Penjualan Online untuk mempermudah transaksi penjualan.

E. Manfaat

Manfaat perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun secara tidak langsung bagi pihak terkait

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan terutama tentang pemrograman *web* menggunakan *PHP* dan *MySql*

2. Bagi Instansi

Dengan pembuatan Sistem Penjualan Online , diharapkan *Mens & Secret* dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah dan dapat memasarkan produk yang tersedia ke seluruh Indonesia.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan dengan penulisan skripsi ini dapat menjadi referensi bagi para pembaca.

F. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan di dalam skripsi ini meliputi:

1. Metodologi pengumpulan data

Di dalam metodologi pengumpulan data terdiri dari: studi pustaka, studi lapangan yang hanya menggunakan observasi dan wawancara dan studi literatur.

2. Metodologi pengembangan sistem *e-commerce*

Metodologi yang digunakan di dalam pengembangan sistem adalah metodologi terstruktur dengan model *SDLC (Sistem Development Life Cycle)*, yang terdiri dari 3 langkah: menganalisa, merancang dan implementasi (Iadjmudin, 2005).