

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *Fashion* di Indonesia terus berkembang dan memiliki potensi yang besar untuk terus maju di masa yang akan datang, saat ini *fashion* semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini dikarenakan mengikuti arus modernisasi yang terus berkembang setiap saatnya serta menjadikan masyarakat menjadi lebih selektif lagi dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat sekali kaitannya *fashion*, dikarenakan *fashion* dapat menunjang penampilan seseorang agar menjadi lebih menarik serta menjadi tren di masyarakat. Produk *fashion* termasuk produk yang tahan lama dikarenakan penggunaannya dapat dilakukan secara berulang dengan penggunaan normal satu tahun. Produk ini dapat meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. [1]

Persaingan bisnis pada bidang *fashion* kini semakin ketat, terutama pada bidang pakaian. Pemasar bersaing dalam menawarkan produk yang mereka jual dengan berbagai cara agar dapat menarik konsumen. Kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama bagi pemasar dalam memenangkan persaingan pada bisnis *fashion*. Persaingan yang ketat menuntut pemasar untuk selalu menghadirkan sesuatu yang baru dan menarik bagi konsumen. Perkembangan *fashion* didukung dengan adanya *e-commerce*, serta lingkungan bisnis yang tepat. *E-commerce* memainkan

peran yang sangat penting dengan mengubah semua kegiatan pemasaran dengan cara yang efektif dan efisien.[1]

E-commerce merupakan metode jual beli modern yang memanfaatkan internet sebagai *platformnya*. Dimana berbagai macam barang dan jasa dapat diperjualbelikan secara *online* melalui perangkat yang terhubung dengan internet. Banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh *e-commerce* mendorong para pelaku usaha yang menerapkan sistem ini pada toko ataupun perusahaannya. Hal ini dapat membantu mereka untuk mempermudah proses transaksi, meningkatkan penjualan produk, dan mencapai target bisnis.[2]

Azora Collection merupakan sebuah toko *fashion* yang berada di Kuningan yang berdiri sejak tahun 2023, Azora Collection menawarkan berbagai pilihan *fashion* mulai dari mulai pakaian kekinian, celana, berbagai jenis aksesoris Hijab dan Nonhijab dll yang mengikuti *fashion* tren masa kini. Azora Collection berlokasi di Jl. Ir. H Juanda No.93 Kuningan. Proses jual beli yang ada pada Azora Collection yaitu pelanggan datang secara langsung ke tempat, selanjutnya pelanggan yang datang memilih *fashion* yang ada disana yang akan dibeli, pelanggan biasanya akan bertanya kepada karyawan terkait dengan informasi *fashion* sesuai dengan yang diinginkan. Apabila pelanggan telah mendapatkan *fashion* yang di inginkan, selanjutnya pelanggan melakukan pembayaran secara langsung kepada karyawan, dan pelanggan akan diberikan nota pembelian.

Tren belanja *online* meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir yang menawarkan berbagai kemudahan bagi pembeli, seperti: berbelanja dari mana saja dan kapan saja, mendapatkan barang dengan cepat dan mudah. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah pengunjung Azora Collection dan menyebabkan penurunan penjualan atau penurunan omset pada Azora Collection.

Jangkauan pasar Azora Collection juga terbatas yaitu hanya pada wilayah Kuningan saja. Hal ini menyebabkan Pembeli yang berada di luar Kuningan atau pembeli yang masih daerah kuningan belum mengetahui keberadaan Azora Collection dan produk-produknya, mereka tidak dapat melihat serta membeli produk Azora Collection karena tidak mengetahui keberadaan Azora Collection. Informasi penjualan yang ada saat ini masih terbilang tradisional, di mana pembeli harus datang langsung ke toko untuk melihat produk yang ditawarkan. Hal ini dapat memakan waktu dan menyulitkan pembeli yang ingin mendapatkan informasi detail tentang produk yang ada pada Azora Collection.

E-commerce menyediakan informasi yang mudah diakses, menghemat biaya, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan layanan, *e-commerce* membantu organisasi atau perusahaan untuk meningkatkan daya saing Perusahaan pada era digital.[3]

Salah satu model *e-commerce* yang populer adalah *Business-to-Consumer* (B2C). Model ini memungkinkan para pelaku bisnis untuk menjual produk dan jasa secara langsung kepada konsumen tanpa

melibatkan perantara seperti distributor atau agen. Konsep B2C menawarkan banyak keuntungan bagi kedua belah pihak, yaitu kemudahan bertransaksi, akses yang luas, dan efisiensi biaya.[4]

Beberapa penelitian yang dipublikasikan mengenai *E-Commerce* dengan menggunakan Model *Business To Customer* dilakukan oleh Wayan Ahmad Denny dan Ari Yanti Ramadhani dengan topik Rancang Bangun Sistem *E-Commerce* Dengan Menerapkan B2C Model Pada Mumyclothes Store yang mana sistem yang diperoleh yaitu Sistem *E-Commerce* dengan menggunakan B2C dapat memberikan peningkatan pelayanan terhadap calon pelanggan atau pelanggan tetap pada Mumyclothes Store.[3]

Penelitian kedua dilakukan oleh Rangga Andika (2022) dengan Topik Perancangan *E-Commerce* Dengan Metode B2C Berbasis Web dengan sistem *E-Commerce* yang dibuat dapat memperluas pemasaran dan konsumen menjadi lebih mudah mendapatkan informasi tentang produk tanpa harus datang ke Equalnine Bandar Lampung. adanya sistem penjualan online (*e-commerce*) maka perusahaan dapat memudahkan proses transaksi yang selama ini sifatnya konvensional menjadi lebih *modern* dengan tersedianya transaksi *online*. Dimana pelanggan yang berada di luar kota Bandar Lampung tetap dapat melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke Equalnine Bandar Lampung.[5]

Penelitian ketiga dilakukan oleh Azrai Sirait dkk (2022) dengan topiknya adalah Aplikasi *E-Commerce* Penjualan Oleh-Oleh Khas Tanjung Balai Menggunakan Konsep B2C dengan sistem yang dihasilkan yaitu

Penerapan konsep *E-Commerce* pada aplikasi dapat terlihat pada proses yang terjadi saat konsumen melakukan proses pembelian dan pembayaran melalui aplikasi yang di buat oleh peneliti.[6]

Berdasarkan dari latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka penulis mengangkat topik permasalahan tersebut ke dalam skripsi yang berjudul “Rancang Bangun *E-Commerce* Model *Business To Customer* Pada Azora Collection”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penurunan pengunjung pada Azora Collection yang mekakibatkan penurunan pada omset disebabkan dari tren berbelanja *online* saat ini.
2. Pembeli harus datang langsung ke tempat untuk melihat produk yang ditawarkan.
3. Akses Pasar Azora Collection terbatas yaitu hanya menjangkau wilayah Kuningan saja.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang dan menerapkan Sistem *E-Commerce* untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan pada Azora Collection?
2. Bagaimana mengimplementasikan *E-Commerce* dengan model *Business To Customer* pada Azora Collection?

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian ini tidak meluas dan terarah dengan baik, maka dari itu penulis membatasi permasalahan tersebut. Batasan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan *E-commerce* dengan Model *E-Commerce* yang digunakan adalah model *Businnes To Customer*.
2. Hak Akses yang terdapat dalam sistem diantaranya :
 1. *Admin* : Dapat melakukan login, mengelola produk, mengelola pesanan (kelola pembayaran, kelola return, kelola pengiriman), kelola chat dan mengelola laporan
 2. *Owner* : *Owner* dapat melihat data serta melihat laporan penjualan.
 3. *Customer* : Dapat melakukan login, Kelola Keranjang, Kelola pesanan (Kelola pembayaran, Return, mengelola atau melihat pengiriman) dan pelanggan dapat melakukan chat dengan admin.
4. Menggunakan 10 layanan *E-Commerce*, yaitu : *Produk Management, User Management, Catalog Management, Order Management, Payment Service, Personalization, Loyalty Management, Customer Service, Search Service, Report and Data Analyst*.
5. Terdapat fitur rekomendasi produk bagi *customer* yang dapat membantu *customer* dalam menemukan produk yang mereka butuhkan dengan mudah dan cepat.
6. Bahasa pemrograman yang digunakan yaitu *PHP*, JavaScript, HTML dan MySQL sebagai databasenya.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Membuat Sistem *E-Commerce* yang dapat membantu Azora Collection dalam menyelesaikan permasalahan Pemasaran serta Penjualan Produk.
2. Membuat Sistem *E-Commerce* yang didalamnya terdapat kemudahan berbelanja bagi pelanggan serta terdapat 10 layanan *E-Commerce*, yaitu: *Produk Management, User Management, Catalog Management, Order Management, Payment Service, Personalization, Loyalty Management, Customer Service, Search Service, Report and Data Analyst.*

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diteliti, manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat memahami lebih dalam mengenai *E-Commerce Model Business To Costumer.*
2. Dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Kuningan, Fakultas Ilmu Komputer, ke dalam praktik nyata.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Dengan adanya Sistem *E-Commerce* pada Azora Collection diharapkan dapat meningkatkan pemasaran yang lebih luas serta meningkatkan penjualan.
2. Memudahkan Azora Collection dalam melakukan penjualan secara *online* dan Memudahkan pembeli dalam melakukan pembelian.
3. Meningkatkan komunikasi antara pembeli dan penjual pada Azora Collection.
4. Memudahkan dalam mencetak laporan penjualan.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran dari rumusan masalah yang ada di atas, adapun pertanyaan dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah Penerapan *E-Commerce* dengan model *Business To Customer* dapat meningkatkan pemasaran yang lebih luas dan meningkatkan penjualan pada Azora Collection?
2. Apakah penerapan *E-Commerce* dapat diterapkan pada Azora Collection?

1.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dari pertanyaan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memiliki hipotesis sebagai berikut :

1. Dengan adanya Sistem *E-Commerce* berbasis web di Azora Collection, diharapkan dapat membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan pada Azora Collection dengan memberikan kemudahan berbelanja kepada customer.
2. E-Commerce dapat diterapkan di Azora Collection.

1.9 Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metodologi penelitian untuk mendapatkan data yang objektif dari hasil suatu penelitian, yaitu :

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis menggunakan tiga cara yaitu, Observasi, Wawancara, dan Studi Pustaka.

1. Wawancara

Pada tahap wawancara atau tanya jawab dilakukan secara langsung kepada sumber yang memahami permasalahan yang sedang terjadi pada objek penelitian ini, yakni Karyawan dan Pemilik Azora Collection yang mengetahui permasalahan yang terdapat pada Azora Collection serta untuk mencari informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dimana terdapat beberapa permasalahan yang ada pada Azora Collection ini yaitu Akses

pasar yang masih terbatas, Pembeli harus datang langsung ke tempat dan yang terakhir yaitu terjadiya penurunan omset.

2. Observasi

Metode Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan mendatangi langsung ke lokasi penelitian untuk mengetahui proses bisnis yang sedang berjalan saat ini, guna mendapatkan data-data secara langsung ke Azora Collection yang beralamat di Jl. Ir. H Juanda No.93 Kuningan.

3. Studi Pustaka

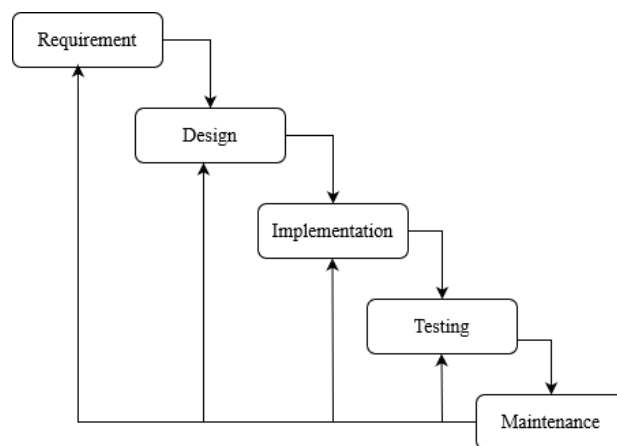
Metode terakhir yang digunakan oleh penulis dalam penelitiannya yaitu melakukan Studi Pustaka yaitu dengan membaca atau mengkaji dari buku-buku, jurnal, skripsi serta sumber ilmiah lainnya yang berhubungan dengan *E-Commerce* dengan *Model Business To Customer*.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Waterfall*. Metode *Waterfall*, atau dikenal dengan metode air terjun, sering disebut sebagai siklus hidup klasik (*classic life cycle*). Nama sebenarnya dari model ini adalah "*Linear Sequential Model*". Model ini menggambarkan pendekatan sistematis dan berurutan dalam pengembangan perangkat lunak. Dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna, kemudian berlanjut ke tahap perencanaan (*planning*), permodelan (*modelling*), konstruksi

(*construction*), dan penyerahan sistem ke pengguna (*deployment*). Proses ini diakhiri dengan dukungan pada perangkat lunak lengkap yang dihasilkan.[7]

Metode *waterfall* merupakan pendekatan yang sistematis dan berurutan, seperti aliran air terjun, di mana setiap tahap harus diselesaikan sebelum beralih ke tahap berikutnya. Sifatnya yang *linear* dan tidak memungkinkan pengulangan membuatnya ideal untuk proyek dengan ruang lingkup dan kebutuhan yang terdefinisi dengan baik[7]



[7]

Gambar 1.1 Metode Pengembangan Sistem

Tahap Metode *Waterfall* :

Pembuatan sistem menggunakan metode *waterfall* karena metode ini memiliki tahapan pengerjaan yang dilakukan berurutan dan sistematis, artinya apabila tahapan pertama belum selesai tidak bisa lanjut ke tahap kerja selanjutnya [8].

Adapun tahapan metode *Waterfall* adalah sebagai berikut :

1. *Requirement* (Analisis Kebutuhan)

Pada tahap *Requirement* yaitu merupakan tahap melakukan analisa terhadap kebutuhan sistem. Informasi diperoleh melalui wawancara, observasi di Azora Collection dan studi pustaka selanjutnya diolah serta dianalisa guna mendapatkan data atau informasi yang lengkap untuk detail kebutuhan perangkat lunak yang dikembangkan. Pada tahap ini dilakukan sebuah analisis hal apa saja yang akan dibuatkan pada sebuah sistem guna menyelesaikan permasalahan yang ada pada Azora Collection.

2. *Design System*

Pada tahap *design* yaitu melakukan perancangan desain yang dilakukan guna membantu memberikan gambaran yang lengkap terpaut apa yang dikerjakan. Tahap design membantu mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan. Model proses yang akan digunakan pada perancangan ini untuk memodelkan dan merancang sistem perangkat lunak yaitu menggunakan UML.

3. *Implementation*

Tahap impementasi merupakan tahap pemrograman sistem yang didasarkan dari dancangan desain yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Pada tahap Implementasi ini, bahasa pemrograman yang akan digunakan yaitu PHP lalu menggunakan aplikasi Visual Studio Code, *database* MySQL dan web browser sebagai media untuk penampil hasil program.

4. *Testing*

Pada tahap ini dilakukan verifikasi dan pengujian sistem sepenuhnya atau sebagian yang berfungsi untuk melihat apakah program sudah memenuhi persyaratan atau belum saat melakukan *testing*, dimana proses pengujian dilakukan setelah semua tahap sebelumnya, tahap ini berfokus pada sistem sistem yang telah dibuat, memastikan bahwa semua pernyataan sudah diuji serta pada eksternal fungsional yaitu mengarahkan pengujian untuk menemukan kesalahan-kesalahan dan ketidaksesuaian dengan proses bisnis yang telah direncanakan. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan pengujian sistem dengan menggunakan *Black Box Testing* dan UAT.

5. *Maintenance*

Tahap *maintenance* adalah tahap yang terakhir dimana perangkat lunak yang telah dijalankan oleh pengguna akan dilakukan pemeliharaan sehingga jika menemukan kejanggalan maka akan diperbaiki atas kesalahan yang telah terdeteksi pada tahap-tahap sebelumnya. Pemeliharaan meliputi perbaikan kesalahan, perbaikan implementasi unit sistem serta penyesuaian sistem sesuai kebutuhan.

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *E-Commerce* dengan Model *Business To Customer*.

1. *E-commerce*

Internet *Commerce* atau *Ecom* atau *E-Commerce*, atau *Immerce*, semua istilah ini merujuk pada satu makna yang sama yaitu pembelian dan penjualan secara elektronik yang dilakukan melalui jaringan internet. Dengan kata lain, *E-commerce* memungkinkan kita untuk berbelanja atau berjualan secara online, tanpa harus mengunjungi toko fisik.

E-commerce merupakan cara berbelanja atau berjualan yang dilakukan secara online yang memanfaatkan fasilitas internet. *Website* toko online dapat diakses selama 24 jam, sehingga pelanggan dapat berbelanja kapanpun dan dimanapun mereka mau.

[9]

Belanja online, atau *e-commerce*, merupakan konsep yang populer pada era digital ini. Sistem ini memberikan keuntungan bagi semua pihak, mulai dari pembeli, produsen, hingga penjual. Belanja online menawarkan banyak kemudahan dan kelebihan dibandingkan dengan belanja tradisional. Selain proses transaksi

yang lebih cepat, platform *e-commerce* menyediakan berbagai macam produk yang hampir lengkap. [6]

Kesimpulan dari *E-Commerce* yaitu *E-commerce*, atau belanja online, adalah cara membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet. Sistem ini menawarkan banyak keuntungan bagi semua pihak, termasuk pembeli, produsen, dan penjual.

2. *Business To Customer (B2C)*

Business To Customer E-commerce dapat dikategorikan berdasarkan jenis transaksi atau hubungan antar penggunanya. Salah satu jenis *e-commerce* yang populer adalah *business-to-consumer (B2C)*. B2C adalah model *e-commerce* di mana perusahaan menjual produk atau layanannya secara langsung kepada konsumen yang bersifat individu. B2C merupakan bentuk *e-commerce* di mana para pelaku bisnis dapat membeli dan menjual produk serta jasa secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara seperti distributor atau agen. Konsep B2C menawarkan banyak keuntungan bagi pelaku bisnis dan konsumen. [4]

1.10 Jadwal Penelitian

Setelah dilakukannya pengumpulan data dan studi pustaka, penulis dapat menyusun jadwal kegiatan penelitian dengan rincian yang tersusun dalam tabel 1 Tabel jadwal kegiatan.

1.11 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Pertanyaan Penelitian, Hipotesis Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada Bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan penelitian dan dapat menjadi landasan atau dasar teori untuk penyelesaian masalah dari penelitian yang dilakukan.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan mengenai analisis sistem yang sedang berjalan hingga analisis sistem yang akan di usulkan. Menjelaskan tentang analisis yang berhubungan dengan masalah yang menjadi acuan dalam pembangunan perangkat lunak, diantaranya yaitu analisis kebutuhan sistem fungsional maupun sistem dengan komponen-komponen pendukung yang digunakan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil pengujian dan implementasi system yang telah selesai dibuat yaitu menggunakan Black Box dan UAT.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir yaitu kesimpulan dan saran berisi kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan saran yang disampaikan penulis untuk dikembangkan menjadi lebih baik.