

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran melalui internet telah menjadi bidang penting yang dapat menarik perhatian para pelaku usaha sebagai salah satu cara pemasaran baru karena memiliki jangkauan pasar yang luas dan tidak terbatas pada wilayah tertentu. Salah satu akibat dari perkembangan tersebut adalah munculnya *electronic commerce (e-commerce)* di lingkungan bisnis [1]. *Electronic Commerce (e-commerce)* adalah istilah yang umum digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui internet, yang menghubungkan pelaku usaha, *customer*, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa, dan informasi secara elektronik [2], [3]. *E-commerce* dapat digunakan oleh siapapun yang mengakses komputer atau laptop dan juga *smartphone* yang memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli [1]

E-commerce diklasifikasikan menurut transaksi atau hubungan antar pengguna. Salah satu jenis *e-commerce* dikenal dengan *business to customer (B2C)*, yaitu model bisnis yang menjual barang atau jasa kepada konsumen secara langsung tanpa melalui perantara seperti distributor dan agen [4], [5]. Terdapat banyak keuntungan dari konsep *business to customer (B2C)* bagi pelaku usaha dan konsumen salah satunya kemudahan berkomunikasi karena pelaku usaha dan konsumen tidak harus berada di tempat dan waktu yang sama. Oleh karena itu, banyak pengusaha yang ingin mengimplementasikan konsep *business to customer (B2C)* di *e-commerce*. [4], [5].

E-commerce telah mempengaruhi semua bidang, salah satunya adalah perdagangan elektronik telekomunikasi. Perkembangan teknologi di bidang ini yang semakin meningkat mendorong banyak pengusaha untuk mengembangkan *e-commerce* di bidang ini. Pelaku usaha dapat lebih mudah menjangkau *customer*

karena hanya dengan koneksi internet, dapat membantu *customer* tanpa harus pergi ke toko. Selain itu, pelaku usaha juga dapat melakukan promosi di wilayah yang lebih luas.

Teknologi berbasis internet dapat menjadi salah satu cara untuk menghadapi persaingan di dunia bisnis seiring dengan semakin di kenal dan berpengaruhnya internet di tengah masyarakat [6]. Persaingan di bidang perdagangan elektronik telekomunikasi mengharuskan penerapan teknologi karena dapat meminimalisir biaya operasional yang cukup besar, dan memberikan layanan transaksi yang lebih terjangkau untuk *customer*. Selain itu, penerapan teknologi bermanfaat untuk suatu toko atau pelaku bisnis sebagai media promosi. Pada era zaman sekarang *smartphone* sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Hampir seluruh masyarakat sudah merasakan manfaat adanya kemudahan dalam berkomunikasi saat ini dibandingkan dahulu [7]. Tidak hanya menggunakan *smartphone* untuk memenuhi kegiatan sehari-hari tetapi juga beberapa masyarakat menggunakan *tablet*. Selain itu, karena penggunaan *smartphone* dan *tablet* marak di masyarakat sehingga kebutuhan aksesoris pun dibutuhkan oleh masyarakat seperti *hydrogel*, *tempered glass*, *headset* dan lainnya.

Toko Olivia Cell Merah merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang perdagangan elektronik telekomunikasi di Kabupaten Majalengka tepatnya di Jl.Cirebon - Bandung Jawa Barat Jatiwangi Mekarsari yang dimiliki oleh Vern Regina Novianty. Toko Olivia Cell Merah memiliki slogan “Terlengkap, Termurah dan Bergaransi Resmi”. Toko Olivia Cell Merah menjual produk-produk elektronik telekomunikasi dari berbagai brand seperti Samsung, OPPO, Vivo, Iphone, Realme, Xiaomi, Infinix, dan Nokia. Selain itu, Toko Olivia Cell Merah juga menjual aksesoris *smartphone* dan *tablet* seperti *hydrogel*, *tamperglass*, *case smartphone* dan *tablet*, *headset*, *power bank*, *charger*, *smartwatch*, *smartband*, kartu memori dan *flashdisk*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Vern Regina Novianty selaku pemilik Toko Olivia Cell Merah pada tanggal 1 Desember 2023, diketahui bahwa Toko Olivia Cell Merah belum memiliki situs web. Hingga saat ini, toko tersebut hanya memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, sistem yang

digunakan untuk memantau penjualan sering mengalami kekeliruan antara admin dan pemilik toko. Hasil wawancara dengan tiga responden yang berbelanja di Toko Olivia Cell Merah berdasarkan variasi pengalaman responden, fenomena yang dapat diidentifikasi adalah adanya ketidaksesuaian antara harapan *customer* dan kenyataan dalam proses pembelian di Toko Olivia Cell Merah. Terdapat kebutuhan untuk meningkatkan transparansi informasi produk, efektivitas sistem komunikasi, respon yang cepat, dan solusi yang memuaskan dalam menangani masalah *customer*. Keseluruhan perbedaan pengalaman *customer* dapat disebabkan oleh Informasi yang disampaikan tidak selalu terkini dan kurang relevan. Hal ini mengakibatkan ketidakpercayaan *customer* dalam melakukan pembelian dan kurangnya kepuasan sehingga menurunkan tingkat penjualan toko. Untuk meningkatkan pengalaman berbelanja, perlu fokus pada peningkatan komunikasi, transparansi informasi produk, dan pelayanan *customer* yang responsif.

Banyaknya toko elektronik telekomunikasi yang menjual produk-produk *smartphone*, *tablet* dan aksesoris mengakibatkan Toko Olivia Cell Merah mengembangkan pemasaran dan transaksi secara online berbasis *website*. Hal ini dikarenakan persaingan antar toko di Kabupaten Majalengka yang semakin meningkat, dibuktikan dengan adanya tiga toko yaitu BJ Cell, Erafone dan Complete seluler yang sudah menjalankan pemasaran dan transaksi berbasis *website*. Mereka berkompetitif untuk memasarkannya secara aktif di *website* dan media sosial.

Pembangunan aplikasi sistem *e-commerce* dengan menerapkan model *business to customer* (B2C) pernah dilakukan oleh Wayan Ahmad Denny dan Ari Yanti Ramdhani (2021) dengan judul Rancang Bangun *E-commerce* dengan Menerapkan *business to customer* (B2C) Model pada Mumyclothes Store. *Website* ini dapat memudahkan pihak management toko dalam mengelola data penjualannya dikarenakan memiliki database yang terintegrasi dengan internet serta sudah terkomputerisasi dengan baik dan tentunya sangat memudahkan untuk *customer* dalam melihat barang-barang yang dijual mumyclothes store tanpa harus datang ke toko dikarenakan pembelian barang dapat dilakukan secara online [6]. Rancang bangun sistem informasi *e-commerce* pada toko *smartphone* pernah dilakukan oleh

Khoirul Lubis Pamungkas, Tri Listyorini dan Endang Supriyati (2023) dengan judul rancang Bangun Sistem Informasi *E-commerce* Handphone (Studi Kasus Raya Selluler Demak). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan *e-commerce* dapat membantu toko dalam memfasilitasi *customer* sehingga *customer* dapat dengan mudah mencari informasi tentang produk yang dijual di toko dan meningkatkan penjualan [8].

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan menentukan judul yaitu **“Rancang Bangun Sistem E - Commerce Model Business to Customer (B2C) Pada Toko Olivia Cell Merah Berbasis Web”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya toko online serupa membuat Toko Olivia Cell Merah menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing. Persaingan dalam penjualan produk elektronik di Majalengka yang sangat ketat menuntut Toko Olivia Cell Merah untuk meningkatkan inovasi layanan dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif
2. Pembeli tidak dapat memeriksa produk secara langsung sehingga bergantung pada deskripsi, foto dan ulasan yang terdapat di media sosial. Informasi ini sering kali tidak cukup rinci atau akurat sehingga produk yang diterima tidak sesuai harapan. Hal ini menunjukkan adanya asimetri informasi dimana penjual memiliki pengetahuan lebih lengkap tentang produk daripada pembeli.
3. Sistem yang digunakan pada Toko Olivia Cell Merah dalam memantau penjualan kurang berjalan dengan baik dikarenakan admin harus memasukan data ke dalam excel dan menuliskannya di dalam buku laporan sedangkan pemilik hanya memantau dalam excel saja, sehingga sering terjadi kekeliruan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang mengenai permasalahan yang ada, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana rancang bangun sebuah sistem *e-commerce* berbasis online *business to customer* (B2C) pada Toko Olivia Cell Merah?
2. Bagaimana sistem *e-commerce* dengan model *business to customer* (B2C) dapat mengatasi asimetri informasi dalam proses penjualan serta sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan di Toko Olivia Cell Merah?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penyusunan tugas akhir ini masalah-masalah yang dibahas diberikan ruang lingkup permasalahan, yaitu:

1. Metode penyelesaian menggunakan model *business to customer* (B2C) yang berfokus pada proses penjualan.
2. Sistem *e-commerce* ini terbatas pada model bisnis *business to customer* (B2C), dengan fitur-fitur sebagai berikut :
 - a. *Product Management* : untuk mengelola berbagai informasi produk yang tersedia di *website* oleh admin. Ini termasuk menambahkan produk baru, mengedit detail produk yang ada, dan menghapus produk yang tidak lagi dijual.
 - b. *User Management* : untuk mengelola informasi *user*, termasuk *customer* dan admin. Ini mencakup proses pendaftaran, otentikasi, dan pengelolaan hak akses *user*.
 - c. *Catalog Management* : fitur ini membantu dalam penyusunan dan pengelolaan katalog produk yang tersedia, membuatnya mudah untuk dinavigasi oleh *customer*.
 - d. *Order Management* : fitur ini mengelola seluruh proses pemesanan, mulai dari *customer* membuat pesanan hingga pesanan tersebut dikirim dan diterima.

- e. *Shipping Service* : fitur ini mengelola proses pengiriman produk dari penjual ke *customer*, termasuk kalkulasi biaya dan pelacakan pengiriman.
 - f. *Inventory Management* : fitur ini mengelola stok produk yang tersedia untuk memastikan ketersediaan dan mencegah kehabisan stok.
 - g. *Payment Service* : fitur ini memfasilitasi proses pembayaran, menyediakan berbagai metode pembayaran yang aman dan mudah digunakan oleh *customer*.
 - h. *Personalization* : fitur ini menyediakan pengalaman berbelanja yang dipersonalisasi sesuai dengan preferensi dan riwayat belanja *customer*.
 - i. *Customer Service* : fitur ini menyediakan layanan bantuan untuk *customer*, memastikan mereka mendapatkan bantuan yang diperlukan dengan cepat dan efisien.
 - j. *Search Service* : fitur ini memfasilitasi *customer* dalam mencari produk dengan cepat dan mudah.
 - k. *Report and Data Analysis* : fitur ini menyediakan laporan dan analisis data untuk membantu dalam pengambilan keputusan bisnis yang berdasarkan data.
3. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP, HTML, JavaScript, Framework Laravel 10, Bootstrap, CSS, dan menggunakan Mysql sebagai *database management* sistem (DBMS)
 4. *User* yang terlibat dalam *e-commerce* Olivia Cell Merah di antaranya yaitu:
 - a. *Owner*: Mengelola laporan dan akun admin
 - b. *Admin*: Mengelola transaksi, menambah transaksi offline, kategori, produk, rekening bank, penilaian, akun *customer*, dan pengembalian.
 - c. *Customer*: Mencari dan melihat detail produk, melakukan transaksi, mengirim bukti pembayaran, memilih ekspedisi dan ongkir, mengajukan pengembalian barang, serta memberikan rating dan ulasan.
 5. Rancang bangun sistem *e-commerce business to customer* (B2C) pada Toko Olivia Cell Merah menggunakan metode pengembangan sistem agile scrum.
 6. Menggunakan UML untuk permodelan sistem yang akan ditampilkan

7. Pengujian sistem menggunakan pengujian *blackbox* dan *whitebox*.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk merancang *website* penjualan produk berbasis *e-commerce* di Olivia Cell Merah yang dapat digunakan untuk:

1. Menciptakan platform *e-commerce* yang memberikan pengalaman berbelanja online yang menyenangkan, mudah, dan intuitif bagi *customer*, sehingga meningkatkan kepuasan dan kemungkinan pembelian ulang.
2. Menyediakan sistem yang memungkinkan peningkatan transparansi informasi produk, termasuk spesifikasi, harga, dan ketersediaan stok, sehingga *customer* dapat membuat keputusan pembelian yang lebih informasional.
3. Menyediakan informasi produk yang lengkap dan jelas, termasuk gambar, deskripsi, dan ulasan *customer*, untuk memberikan kejelasan kepada calon pembeli, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian.
4. Memastikan sistem pencarian produk yang efisien dan akurat, sehingga *customer* dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka cari, meningkatkan kemungkinan pembelian.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan pengembangan ilmu *e-commerce*, khususnya rancang bangun sistem *e-commerce business to customer* (B2C).

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Toko Olivia Cell Merah

Dapat memberikan inovasi baru di bidang teknologi elektronik telekomunikasi berupa *website e-commerce* yang dapat memberikan kemudahan bagi pelaku usaha, *customer* dan memperluas pangsa pasar.

2. Bagi Masyarakat

Dapat memudahkan masyarakat dalam mencari produk elektronik telekomunikasi dan aksesorisnya sesuai dengan kebutuhan dan bergaransi.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *e-commerce* dalam rancang bangun sistem *e-commerce* model *business to customer* (B2C) berbasis *website*.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah sistem *e-commerce* dapat diterapkan pada Toko Olivia Cell Merah untuk meyakinkan *customer* dalam menentukan keputusan pembelian ?
2. Apakah sistem *e-commerce* model *business to customer* (B2C) dapat diterapkan di Toko Olivia Cell Merah untuk menunjang proses bisnis penjualan ?

1.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, hipotesis penelitian yang diajukan yaitu;

1. Sistem *e-commerce* model *business to customer* (B2C) di Toko Olivia Cell Merah dapat digunakan untuk membantu proses penjualan dan meningkatkan keputusan pembelian *customer*.
2. Sistem *e-commerce* dapat di terapkan di toko olivia cell merah untuk membantu proses bisnis penjualan dengan fitur layanan - layanan *e-commerce*

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan skripsi, penulis melakukan pengumpulan data. Dengan pelaksanaan tersebut dapat digunakan metode sebagai berikut :

1. Observasi

Penelitian ini menggunakan observasi secara langsung di Toko Olivia Cell Merah. Observasi digunakan untuk mengetahui bagaimana keadaan Toko Olivia Cell Merah dan kebutuhan Toko Olivia Cell Merah.

2. Wawancara

Peneliti menggunakan teknik wawancara untuk mengetahui apa masalah dan kebutuhan dari Toko Olivia Cell Merah kepada pemilik toko yaitu Vern Regina Novianty. Selain itu, wawancara juga di dilakukan kepada 3 *customer* dan admin guna untuk mengetahui kendala dan keinginan yang di alami oleh calon pengguna sistem *website* Olivia Cell Merah.

3. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku, dan sumber informasi lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

1.10 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem agile digunakan karena berbagai alasan. Agile adalah sebuah metode pengembangan perangkat lunak yang didasarkan pada aturan dan solusi yang disepakati dilakukan dengan kolaborasi antar tim secara terorganisir. Metode ini dilakukan secara iteratif, berulang, dan dapat mengalami perubahan jika diperlukan. Beberapa tujuannya adalah menghasilkan produk dengan kualitas baik, nilainya tinggi, dan sistem aplikasi yang bekerja, serta memberikan manfaat seperti peningkatan produktivitas bagi pengembang dan penghematan pengeluaran bagi perusahaan [9], [10].

Agile model awalnya dikembangkan karena pada metodologi tradisional terdapat banyak hal yang membuat proses pengembangan tidak dapat berhasil dengan baik sesuai tuntutan *user*. Saat ini metodologi ini sudah cukup banyak berkembang, di antaranya adalah eXtreme Programming (XP), Scrum Methodology, Crystal Family, Dynamic Systems Development Method (DSDM), Adaptive Software Development (ASD). Dengan demikian agile model tentunya memiliki kelebihan atau keunggulan dibandingkan dengan metode-metode yang lainnya.

Kelebihan agile model pada saat pengembang perangkat lunak di antaranya meningkatkan rasio kepuasan *customer*, bisa melakukan *review customer* mengenai software yang dibuat lebih awal, mengurangi resiko kegagalan implementasi *software* dari segi *non-teknis* dan nilai kerugian baik secara material atau immaterial tidak terlalu besar jika terjadi kegagalan [11].



Gambar 1. 1 Agile Development Method

(Sumber : Manifesto)

Tahapan-tahapan dalam agile software development :

1. Perencanaan (*Planning*)

Pada tahapan ini membuat perencanaan sistem yang akan dikembangkan dengan cara pengumpulan data terhadap *customer*, admin dan pemilik toko berupa observasi, wawancara langsung untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkan dan studi literatur. Tahapan ini peneliti dan pemilik usaha membuat rancangan atas kesepakatan bersama.

2. Implementasi (*Implementation*)

Pada tahapan ini mengimplementasikan pengembangan sistem yang mana dihasilkan dari perancangan sistem baru yang disetujui kedalam bahasa pemrograman pada langkah ini dilakukan perkodingan dengan menggunakan Bahasa PHP dan pendesainan *website*, tahapan ini membuat dokumentasi program menggunakan UML dan pembuatan *User Interface* dengan menggunakan Balsamiq Wireframes.

3. Tes Perangkat Lunak (*Testing*)

Untuk menguji apakah program yang telah dibuat sudah sesuai atau belum, dilakukan pengujian dengan dua metode, yaitu pengujian *Black Box* dan pengujian *White Box*.

4. Dokumentasi (*Documentation*)

Pada tahapan ini yaitu pendokumentasian pada sistem yang dilakukan dengan membuat rekaman langkah demi langkah pada sistem yang dibangun. Hasil pengujian didokumentasikan untuk memudahkan pemeliharaan dimasa mendatang.

5. Penyebaran (*Deployment*)

Tahapan ini merupakan tahapan dalam pengembangan sistem dan menyediakan sistem bagi pengguna akhir yang dimana tahapan ini menyerahkan sistem pada pengguna yaitu pemilik toko, admin dan *customer*. Pada Langkah ini pengujian terhadap sistem dilakukan kembali dengan bertujuan untuk melihat apakah sistem sudah memenuhi syarat atau tidak.

6. Pemeliharaan (*Maintenance*)

Tahapan akhir merupakan tahapan yang dilakukan secara berkala agar sebuah sistem aman dan lancar saat digunakan. Pada tahapan ini proses *maintenance* dilakukan secara rutin agar sistem tetap berjalan dan terjaga kualitas terbaik.

1.11 Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya :

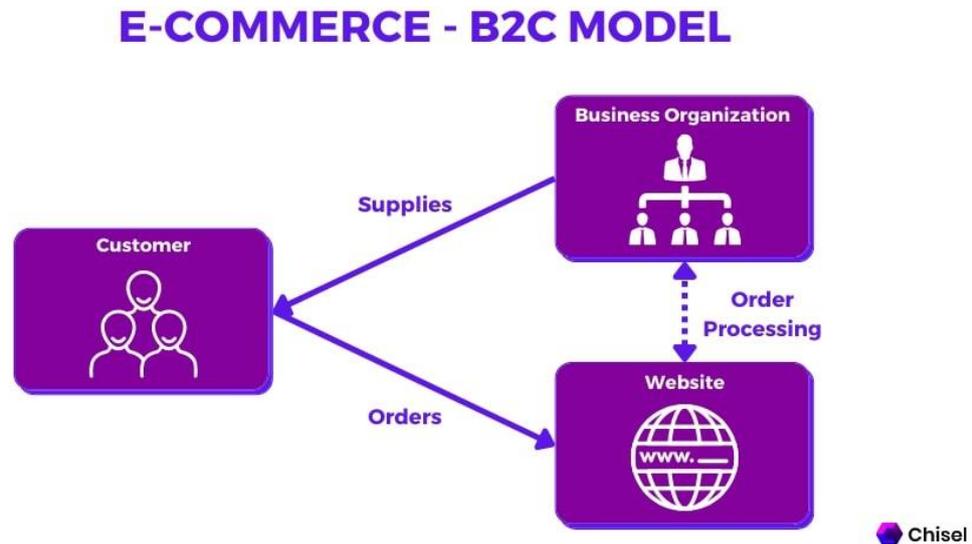
1. *E – Commerce*

Secara garis besar *e-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet. Dalam pengertian yang paling umum, hanya menciptakan situs *website* yang mengiklankan dan mempromosikan produk anda dapat dianggap “*e-commerce*” dalam beberapa tahun terakhir, bagaimanapun *e-commerce* telah menjadi jauh lebih canggih. Bisnis *e-commerce* sekarang menawarkan toko online di mana *customer* dapat mengakses ribuan produk, pemesanan, pilih metode pengiriman yang diinginkan dan

pembayaran dengan menggunakan atm, *mobile-banking*, atau kartu kredit mereka [12]. Adapun penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto (2003:45) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan :

- a. *Business to business* (B2B) adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Contoh model *e-commerce* ini adalah beberapa situs e-banking yang melayani transaksi antar perusahaan.
- b. *Business to consumer* (B2C), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa *e-commerce*) dengan individual buyers atau pembeli. Contoh model *e-commerce* ini adalah airasia.com.
- c. *Consumer to consumer* (C2C) adalah model *e-commerce* dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep *e-commerce* jenis ini banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan konsep ini adalah e-bay.com .
- d. *Consumer to business* (C2B), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis *e-commerce* seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah priceline.com. [13]

2. *Business To Customer* (B2C)



Gambar 1. 2 *E - Commerce Model B2C*

(Sumber : Chinsel Labs)

B2C business to consumer e-commerce adalah *e-commerce* antara perusahaan dan konsumen, termasuk pencarian informasi oleh *customer*, pembelian barang fisik/*tangible* (buku, elektronik, komputer dll) atau informasi (konten digital seperti *software*, *ebook*, hak akses, dll) dan pengiriman produk melalui jaringan elektronik. *B2C business to consumer e-commerce* menjadi model bisnis yang sangat efisien, dikarenakan dapat mengurangi hambatan biaya, contohnya biaya *maintenance website* jauh lebih murah daripada toko fisik dan memudahkan *customer* memilih serta membandingkan produk [14].

1.12 Sistematika Penelitian

Untuk memberi gambaran yang jelas dan sistematis, peneliti akan menyusun penelitian menjadi 5 (lima) bab dengan urutan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisi mengenai teori terkait penelitian, menguraikan teori terkait penelitian, menguraikan teori yang digunakan, peneliti sebelumnya dan kerangka teoritis. Landasan teori meliputi tentang pengertian *e-commerce*, pengenalan model *business to customer* (B2C), permodelan sistem, dan perangkat lunak yang digunakan.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi perancangan yang dibuat menggunakan *rich picture*, UML, dan komponen lainnya. Bab ini juga berisi desain sistem yang akan dibangun.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab pengujian dan implementasi ini, membahas hasil – hasil dari tahapan penelitian analisis desain, implementasi desain, hasil pengujian dan implementasi. Hasil pengujian (testing) program menggunakan pengujian kotak hitam (*Black Box testing*) dan kotak putih (*White Box testing*).

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penutup ini membahas mengenai kesimpulan dari laporan penelitian yang dibuat serta saran untuk pengembangan program dari Toko Olivia Cell Merah