

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang membuat berbagai bisnis berlomba-lomba menggunakan pemanfaatan teknologi secara menyeluruh, terutama pada bisnis yang bergerak di bidang penjualan. Salah satu pemanfaatan teknologi yaitu dengan menggunakan *E-Commerce*.

Perdagangan melalui jaringan internet atau dikenal sebagai perdagangan elektronik (*E-Commerce*) memiliki kelebihan-kelebihan yang dapat bermanfaat bagi pelaku bisnis. *E-Commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet [1]. Dengan menggunakan teknologi informasi, *E-Commerce* dapat dijadikan sebagai Solusi untuk membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan usaha dan menghadapi tekanan bisnis. Tingginya tekanan bisnis yang muncul akibat tingginya Tingkat persaingan yang mengharuskan pelaku bisnis untuk dapat memberikan respon. Penggunaan *E-Commerce* dapat meningkatkan efisiensi biaya dan produktifitas usahanya, sehingga dapat meningkatkan kemampuan pelaku bisnis dalam bersaing.

Salah satu bentuk *E-Commerce* adalah *Business To Customer* (B2C) *Business To Customer* (B2C) adalah mekanisme toko *online* (electronic shopping mall), yaitu transaksi antara e-merchant dengan e-customers. Konsep B2C menawarkan banyak kelebihan baik bagi pelaku bisnis maupun bagi konsumen, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi karena pelaku bisnis dan konsumen tidak perlu berada pada tempat dan waktu yang sama. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis yang tertarik menerapkan konsep B2C dalam *E-Commerce*[2].

PT Awaz Design Konveksi merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang layanan konveksi pembuatan berbagai jenis pakaian, PT Awaz Design Konveksi ini terletak di Jalan Dangdeur Blok Tahu No. 70, Desa Jalaksana, Kec. Jalaksana, Kab. Kuningan, Provinsi Jawa Barat.

Permasalahan yang ada pada PT Awaz Design Konveksi adalah proses penjualan masih dilakukan dengan sederhana yaitu dengan cara menunggu pelanggan datang ke konveksi langsung, media promosi bisnis yang masih dari mulut ke mulut dan belum maksimal hal ini menyebabkan menurunnya produksi di PT. Awaz Design Konveksi karena masih banyak orang yang belum mengetahui keberadaan konveksi ini sehingga membuat PT. Awaz Design Konveksi tertinggal oleh para kompetitornya yang telah lebih dahulu menggunakan *E-Commerce*. Oleh karena itu pada penelitian ini akan membuat inovasi berupa website *E-Commerce* dengan menggunakan model B2C untuk memasarkan produk dalam ruang lingkup yang luas pada PT. Awaz Design Konveksi sehingga pelanggan baik dari kota Kuningan maupun luar kota yang ingin membeli produk dapat mengetahui keberadaan konveksi ini dan pelanggan tidak harus datang ke toko secara langsung.

Perkembangan teknologi informasi begitu cepat dan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi guna menunjang keunggulan dari suatu Perusahaan harus dilakukan dengan kebijakan yang terfokus pada metode pemasaran pada Perusahaan secara *online*, salah satunya yaitu dengan melalui *E-Commerce* B2C. *E-Commerce* yang akan dibuat akan menggunakan sebuah sistem website *online* yang terhubung langsung ke jaringan internet yang luas. Kemudian dalam *E-Commerce* tersebut nantinya akan ada fitur penjualan, pemesanan, laporan penjualan, sistem pembayaran, media promosi dan analisis penjualan produk. Dengan penggunaan *E-Commerce* kita dapat memperoleh beberapa keuntungan yang meliputi layanan konsumen dan citra Perusahaan menjadi baik, menemukan partner bisnis baru, proses menjadi lebih sederhana dan waktu dapat meningkatkan produktivitas, akses informasi menjadi lebih

cepat, penggunaan kertas dapat diminimalkan, biaya transportasi berkurang dan fleksibilitas bertambah. Sistem ini diharapkan mampu memberikan feedback positif dari para konsumen, adanya sistem ini juga diharapkan membuat konsumen tidak harus secara langsung mengunjungi tempat PT Awaz Design Konveksi ini melainkan bisa diakses melalui website *E-Commerce*.

Penelitian Sebelumnya tentang *E-Commerce* B2C dilakukan oleh Wayan Ahmad Denny dan Ari Yanti Ramadhani (2021) dengan judul penelitian “Rancang Bangun Sistem *E-Commerce* Dengan Menerapkan B2C Model Pada Mumyclothes” dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan terhadap website *E-Commerce* B2C dilakukan dengan metode Webqual 4.0 diperoleh hasil bahwa 57% pengguna atau responden merasa sangat puas, 43% responden puas 0% responden tidak puas dan sangat tidak puas. Dalam dimensi webqual 4.0 yaitu Usability, Information Quality dan Service Interaction mendapatkan hasil sangat puas[4].

Penelitian lainnya terkait *E-Commerce* B2C dilakukan oleh Muhamad Alda (2021) dengan judul penelitian “Perancangan *E-Commerce* Penjualan Kue Dengan Menerapkan Model B2C (*Business To Customer*)”. Penelitian ini menggunakan metode Waterfall. Hasil dari penelitian ini adalah Sistem informasi yang akan dibangun membantu pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai kue dan mempermudah proses pembelian produk yang ditawarkan oleh Toko Mumu Butikue[5].

Penelitian lainnya terkait *E-Commerce* B2C dilakukan oleh (Aziz & Ayu Asrhi, 2022) dengan judul penelitian “Penerapan *E-Commerce* Penjualan Toko Master Komputer menggunakan konsep *Business To Customer* (B2C)”. Penelitian ini menggunakan metode Applied Research. Hasil dari penelitian ini dengan pengujian menggunakan ISO 9126 untuk skor aktual adalah 272, skor ideal 287, % skor aktual 94.66% serta rata-rata untuk kriteria sangat baik. Dapat disimpulkan sistem informasi ini dapat menyampaikan informasi secara cepat, selain itu dengan dibuatnya sistem informasi penjualan pada Toko Master Komputer Makasar

didapatkan suatu sistem yang dapat mengolah persediaan dan memproses data toko master computer dengan cepat dan tepat[6].

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil judul **“Rancang Bangun *E-Commerce* Menggunakan Model B2C Berbasis Website”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah diatas, dengan ini penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada, yaitu :

1. Proses penjualan yang masih bersifat sederhana yaitu pelanggan harus datang langsung ke konveksi sehingga membuat konveksi ini tertinggal oleh para kompetitornya yang telah lebih dahulu menggunakan sistem sebagai media penjualannya.
2. Belum maksimalnya media promosi bisnis sehingga belum banyak orang yang mengetahui bisnis konveksi ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka perumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana merancang dan menerapkan *E-Commerce* yang didalamnya terdapat fitur penjualan dan pemesanan produk secara online dapat meningkatkan penjualan dan mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan di PT. Awaz Design Konveksi?
2. Bagaimana model B2C dapat diimplementasikan pada website *E-Commerce* di PT. Awaz Design Konveksi?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Website ini akan menampilkan beberapa layanan *E-Commerce* yaitu :
 - a. *Product management*, yang akan menampilkan fitur dan layanan untuk manajemen jasa yang dapat di pilih dan di lihat oleh konsumen dan admin.

- b. *User management*, yang dapat digunakan untuk hak akses setiap user dan untuk fitur profil yang dapat digunakan konsumen untuk mengisi data diri.
 - c. *Catalog management*, untuk menampilkan layanan apa saja yang ada untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk.
 - d. *Search service*, untuk membantu konsumen dalam pencarian produk yang dicari.
 - e. *Order management*, untuk memasukan beberapa produk yang akan dibeli oleh konsumen atau sebagai keranjang virtual.
 - f. *Inventory management*, meliputi informasi jumlah stok barang yang masih ada, stok barang yang terjual.
 - g. *Payment service*, jenis layanan pembayaran seraca *online* melalui *E-Banking*.
 - h. *Reporting*, untuk membantu pemilik toko dalam memperoleh laporan penjualan dan pembelian yang terjadi pada toko.
2. Sistem yang dibuat menggunakan Bahasa pemrograman *PHP* dan *Database* menggunakan *MySQL*.
 3. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *Prototype*.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut :

1. Membuat sebuah sistem *E-Commerce* yang menjadi sarana agar bisa bersaing dengan para kompetitor yang telah lebih dulu menggunakan sistem *E-Commerce*.
2. Membuat sebuah sistem *E-Commerce* berbasis website menggunakan model B2C yang digunakan untuk memudahkan pelanggan dan pemilik melakukan transaksi tanpa terhambat jarak maupun waktu pada PT. Awaz Design Konveksi.
3. Membuat sistem *E-Commerce* sebagai salah satu media promosi bisnis.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan tentang adanya penggunaan website ini guna mempermudah proses transaksi tanpa terhambat jaraak maupun waktu sehingga lebih efektif dan efisien dengan mengimplementasikan *E-Commerce* dengan model B2C.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Meningkatkan pemahaman serta wawasan dan pengetahuan di bidang teknologi dan implementasi sistem informasi yang dapat menyelesaikan persoalan di semua bidang.

b. Bagi Perusahaan

Dapat memudahkan dalam hal transaksi proses bisnis dan pengelolaan laporan penjualan produk.

c. Bagi Pelanggan

Dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan proses transaksi dan pelanggan tidak perlu datang ke tempat secara langsung.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang ditanyakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah penerapan *E-Commerce* dapat diterapkan di PT. Awaz Design Konveksi?
2. Apakah model *Business To Customer* yang diimplementasikan pada sistem *E-Commerce* dapat memudahkan di PT. Awaz Design Konveksi dalam melakukan proses transaksi dengan konsumennya?

1.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, hipotesis penelitian yang diajukan yaitu dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat yang seharusnya menjadi pengaruh yang signifikan, sehingga diharapkan *E-Commerce* menggunakan model B2C dapat

menjadi suatu perubahan sistem ke berbasis website yang akan memudahkan pemilik dan pelanggan dalam melakukan proses transaksi di PT. Awaz Design Konveksi dan mampu bersaing dengan para kompetitornya.

1.9 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah proses atau metode ilmiah untuk mengumpulkan data yang akan digunakan untuk tujuan penelitian. Metodologi juga merupakan analisis teoritis dari suatu cara atau metode. Penelitian merupakan penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, juga merupakan usaha yang sistematis dan terorganisir untuk menyelidiki masalah – masalah yang memerlukan jawaban. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah :

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Pada metode ini membahas mengenai cara memperoleh data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian, terdapat beberapa metode yang digunakan yaitu :

a. Wawancara

Pengumpulan data atau informasi menggunakan Teknik ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada Fawaz Ibrahim sebagai pemilik PT. Awaz Design Konveksi yang mengerti dengan masalah yang sedang dibahas. Tujuannya adalah untuk mengetahui situasi dan kondisi yang ada secara umum sebagai bahan untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data yang lebih rinci.

b. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang berjalan di PT. Awaz Design Konveksi, sehingga akan memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang terjadi.

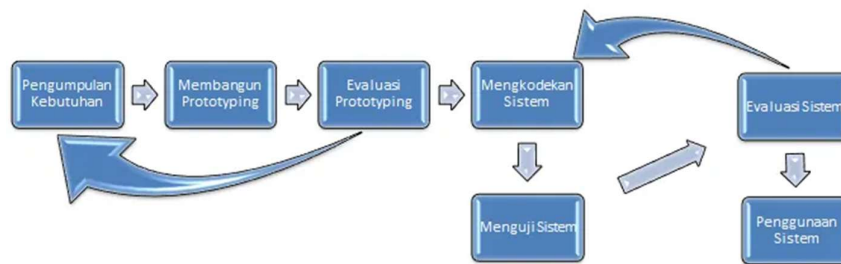
c. Studi Pustaka

Studi Pustaka ini dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber seperti jurnal, buku dan internet. Studi Pustaka ini berguna untuk mengetahui landasan teori pengetahuan dan informasi pada penelitian yang diambil.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Prototype*. Metode *Prototype* akan menghasilkan sistem sebagai perantara antara Develover dan User karena dapat memudahkan User dalam memilih sistem yang sesuai dari apa yang diharapkan pembuatan model *software* yang sederhana dengan penggambaran dasar yang digunakan untuk dijadikan rancangan merupakan pengertian dari *Prototype*[7].

Tahapan metode *Prototype* ini tergambarkan pada gambar dibawah ini



Gambar 1. 1 Metode Prototype

a. Pengunpulan Kebutuhan

Tahap ini ini pengembang sistem memerlukan komunikasi yang bertujuan untuk mendapatkan informasi perangkat lunak yang diharapkan oleh pengguna dan Batasan perangkat lunak tersebut. Informasi bisa didapatkan melalui wawancara, diskusi ataupun

survei langsung. Kemudian informasi dianalisis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh pengguna.

b. Membangun *Prototyping*

Dalam tahap ini dilakukan perancangan design user interface menggunakan software figma, hasilnya berupa rancangan user interface aplikasi

c. Evaluasi *Prototyping*

Evaluasi ini dilakukan oleh pengguna apakah *Prototyping* yang dibangun sudah sesuai dengan keinginan pengguna. Jika sudah sesuai maka langkah berikutnya akan diambil. Jika tidak *Prototyping* maka akan mengulang langkah sebelumnya.

d. Mengkodekan Sistem

Jika *Prototyping* sudah disepakati kemudian *Prototyping* yang sudah dibangun diimplementasikan ke dalam bentuk pemrograman yang sesuai

e. Menguji Sistem

Setelah sistem sudah menjadi suatu perangkat lunak yang siap pakai, langkah selanjutnya adalah menguji sistem dengan menggunakan metode *black-box testing* dan *white-box testing*.

f. Evaluasi Sistem

Pengguna melakukan evaluasi sistem, apakah sistem yang sudah jadi sudah sesuai dengan yang diharapkan

g. Penggunaan Sistem

Setelah seluruh tahapan dilakukan maka aplikasi yang dibangun sudah dapat digunakan.

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

a. *E-Commerce*

Dalam pengembangan bisnis banyak metode bisnis yang dapat dilakukan, salah satunya yaitu dengan menggunakan electronic commercial atau biasa disebut dengan *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah proses membeli dan menjual atau tukar menukar produk, jasa dan informasi melalui komputer. Dalam *E-Commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui Internet atau pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan Internet[8].

b. Keuntungan *E-Commerce*

Dalam pengimplementasian E-Bussiness, terlihat jelas bahwa meraih keunggulan kompetitif (Competitive advantage) jauh lebih mudah dibandingkan dengan mempertahankannya[8]. Secara teoritis hal tersebut dapat dijelaskan karena adanya karakteristik sebagai berikut :

- a. Pada level opsional, yang terjadi dalam *E-Business* adalah restrukturisasi dan redistribusi dari bit-bit digital (digital management), sehingga mudah sekali bagi perusahaan untuk meniru model bisnis dari perusahaan lain yang telah sukses.
- b. Berbeda dengan bisnis konvensional dimana biasanya sebuah kantor beroperasi 8 jam sehari, dalam *E-Business* (internet), Perusahaan harus mampu melayani pelanggan selama 7 hari seminggu dan 24 jam sehari, karena jika tidak maka dengan mudah kompetitor akan menyaingi perusahaan terkait.
- c. Berjuta-juta individu (pelanggan) dapat berinteraksi dengan berjuta-juta perusahaan yang terkoneksi di internet, sehingga sangat mudah bagi mereka untuk pindah – pindah Perusahaan dengan biaya yang sangat murah (rendahnya switching cost).

c. Jenis – Jenis *E-Commerce*

Dalam terminology *E-Commerce* yang populer, transaksi yang dilakukan didasarkan pada beberapa jenis yaitu[9] :

1. B2B (*Business to Business*) yaitu situs web *E-Commerce* yang melakukan kegiatan bisnis antar pelaku kegiatan bisnis. Adapun karakteristik B2B yaitu :
 - a. Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua entitas yang menggunakan standar yang sama.
 - b. Salah satu pelaku yang dapat melakukan inisiatif untuk mengirikan data, tidak harus menunggu partnernya.
2. B2C (*Business To Customers*) yaitu situs web *E-Commerce* yang melakukan kegiatan bisnis langsung dengan konsumen. Adapun karakteristik B2C yaitu :
 - a. Terbuka untuk umum, dimana informasi yang disebarkan ke umum.
 - b. Servis yang bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis web.
 - c. Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*) konsumen melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.

3. B2G (*Business to Government*) yaitu situs web *E-Commerce* yang melakukan kegiatan bisnis dengan pemerintah.
4. C2B (*Customers to Business*) dalam C2B konsumen memberitahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasuk bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Contohnya di *priceline.com*, Dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan.
5. C2C (*Customer to Customer*) yaitu situs web *E-Commerce* yang melakukan kegiatan bisnis antar konsumen. Contoh C2C adalah iklan baris dan toko – toko buku *online* yang dimiliki oleh individu yang pada umumnya memanfaatkan layanan blog gratis seperti *blogspot*.
6. Mobile Commerce (*M-Commerce*) yaitu transaksi dan aktivitas dilakukan dengan teknologi *wireless* (misalnya telepon selular).

Salah satu yang banyak digunakan ialah B2C (*Business To Customer*). B2C menawarkan banyak kelebihan baik bagi pelaku bisnis maupun bagi konsumen, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi karena pelaku bisnis dan konsumen tidak perlu berada pada tempat dan waktu yang sama. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis yang tertarik untuk menerapkan konsep B2C dalam *E-Commerce*[10].

1.10 Jadwal Penelitian

Peneliti Menyusun jadwal kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan dan dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan

	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Pengumpulan Kebutuhan																				
2. Membangun Prototyping																				
3. Evaluasi Prototyping																				
4. Mengkodekan Sistem																				
5. Menguji Sistem																				
6. Evaluasi Sistem																				
7. Penggunaan Sistem																				
8. Dokumentasi																				

1.11 Sistematika Penelitian

Berikut ini merupakan gambaran inti mengenai sistematika penulisan yang terdiri dari atas 5 bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pertanyaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bagian ini menjelaskan teori-teori yang melandasi penulisan skripsi.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas perancangan sistem terhadap perangkat lunak yang akan dibangun, rancangan input dan output dari aplikasi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas tentang spesifikasi dari aplikasi yang akan dibuat, tampilan input dan output serta membahas beberapa bagian yang penting dari listing program yang berhubungan dengan materi skripsi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran yakni kesimpulan terhadap aplikasi yang sudah dibuat secara keseluruhan dan dikemukakan saran-saran (rekomendasi) untuk perbaikan serta pengembangan program.