

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi adalah keseluruhan sarana dan metode yang digunakan untuk menciptakan, mengembangkan, dan memanfaatkan pengetahuan serta alat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan manusia. Istilah kata "*techne*" berasal dari Yunani, yang berarti keterampilan atau seni, dan "*logos*" yang berarti ilmu. Dalam kehidupan sehari-hari, teknologi mencakup berbagai bidang seperti teknologi informasi, komunikasi, transportasi, pendidikan, dan kesehatan, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan tepat waktu dan kualitas hidup. Dengan kemajuan yang pesat, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, mempengaruhi cara kita berinteraksi, belajar, dan bekerja. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, teknologi adalah "sarana untuk menyediakan barang-barang kebutuhan bagi kenyamanan dan kelangsungan hidup manusia"(Aeni, 2022).

Kemajuan teknologi informasi yang pesat sudah mendorong banyak pelaku usaha untuk beralih dari cara bisnis lama ke platform digital. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam bidang ini adalah *e-commerce*.

E-commerce secara umum merujuk pada aktivitas jual beli melalui internet dan media elektronik. Lebih dari sekadar transaksi jual beli, *e-commerce* mencakup seluruh proses bisnis yang menggunakan teknologi elektronik untuk menjembatani interaksi antara perusahaan dan konsumen. Interaksi ini meliputi transaksi elektronik, penjualan produk, hingga penyampaian informasi secara online (Sabrina et al., 2022).

Toko Ida Olshop merupakan sebuah usaha yang toko fisik nya berlokasi di Desa Kramatmulya, Kabupaten Kuningan. Toko ini bergerak di bidang penjualan aksesoris, perabotan rumah tangga dan kosmetik. Dalam menjalankan operasional sehari-hari, Toko Ida Olshop mengandalkan metode bisnis yang masih bersifat tradisional, hal ini menyebabkan kurang

tersampainya informasi produk dari toko Ida Olshop kepada pelanggan, sehingga sering kali pelanggan yang datang merasa kecewa karena barang yang diinginkannya kerap kali tidak ada atau stok tidak tersedia saat ini. Dan dikhawatirkan jika hal ini tidak segera diatasi maka akan menurunkan loyalitas pelanggan terhadap toko Ida Olshop.

Kemudian, dari segi operasional seluruh proses transaksi mulai dari pencatatan pembelian dan laporan penjualan masih dilakukan dengan pembukuan. Misalnya, setiap pembelian dicatat oleh petugas menggunakan buku transaksi, dan barang yang terjual dihitung secara tulisan tangan untuk memperbarui persediaan. Selain itu, jangkauan pasar yang terbatas menjadi kendala dalam menarik pelanggan baru.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa implementasi *e-commerce* dapat membantu toko-toko tradisional dalam menghadapi tantangan tersebut. Contohnya, pada penelitian terdahulu berhasil merancang situs *web e-commerce* untuk memudahkan pelanggan mencari informasi produk dan melakukan transaksi daring (Setiani & Wibowo, 2020). Kemudian pada penelitian lain menunjukan aplikasi atau *web* yang memuat manajemen inventaris akan mempermudah untuk melacak produk yang tersedia (Suseno & Supratman, 2021). Penelitian lain menunjukkan bahwa platform *e-commerce* dapat memudahkan pelanggan untuk memilih dan membeli produk tanpa harus datang ke toko (Efriyandi, 2016). Selain itu, penelitian lain juga membuktikan bahwa sistem berbasis *web* dengan pendekatan *Business to Consumer* (B2C) dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar (Chandra et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa implementasi *e-commerce* berpotensi menjadi solusi tepat guna bagi Toko Ida Olshop untuk mengatasi kendala operasional, meningkatkan transparansi informasi produk serta memperluas jangkauan pasar.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada, diantaranya:

- 1 Kurang tersampainya mengenai informasi ketersediaan produk dari toko Ida Olshop menyebabkan pelanggan kerap kali mengalami kekecewaan karena barang yang diinginkan tidak tersedia dan berakhir pulang dengan tangan kosong.
- 2 Pengelolaan administrasi di Toko Ida Olshop dilakukan dengan cara melalui pencatatan di buku dan laporan penjualan secara tertulis. Sistem ini rawan kesalahan karena mengingat buku itu rawan sobek, kotor ataupun hilang.
- 3 Metode penjualan yang dilakukan secara langsung di toko offline membatasi jangkauan pasar Toko Ida Olshop yang hanya kepada pelanggan yang datang ke toko. Hal ini membuat toko sulit untuk menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal dan mengurangi potensi peningkatan penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimana mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis *web* upaya meningkatkan transparansi informasi ketersediaan produk, memperluas jangkauan pasar dan kemudahan dalam pengelolaan administrasi pada Toko Ida Olshop?
- 2 Bagaimana membangun *e-commerce* menggunakan model *B2C* pada toko Ida Olshop

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan penjelasan secara spesifik yang bertujuan untuk membatasi ruang lingkup pembahasan yang telah dijelaskan dalam latar belakang. Langkah ini diperlukan agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas ke aspek-aspek yang kurang relevan. Dengan demikian, fokus penelitian dapat lebih terjaga. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Aplikasi yang dirancang meliputi pemesanan, pembayaran, pengelolaan data master dan pengelolaan stok barang.
- 2 Sistem berbasis web dengan model *Business-to-Customer* (B2C) untuk toko Ida Olshop.
- 3 Hak akses admin:
 - a) Admin memiliki kemampuan untuk masuk ke dalam sistem melalui fitur login
 - b) Admin dapat menambahkan, memperbarui, dan menghapus data produk yang tersedia dan status pesanan
 - c) Admin dapat mengelola status pengiriman.
 - d) Admin dapat mengakses dan mendownload laporan terkait penjualan berdasarkan periode tanggal yang dipilih
 - e) Admin dapat mengakses fitur chat
 - f) Admin dapat keluar dari aplikasi melalui fitur *logout*.
- 4 Hak akses Pembeli:
 - a) Pembeli memiliki kemampuan untuk masuk ke dalam sistem melalui fitur login dan registrasi akun
 - b) Pembeli dapat melihat informasi produk dalam katalog
 - c) Pembeli dapat mengakses fitur chat.
 - d) Pembeli dapat memasukkan produk ke keranjang
 - e) Pembeli dapat mengelola akun
 - f) Pembeli dapat melakukan pembayaran
 - g) Pembeli dapat melihat riwayat pesanan
 - h) Pembeli dapat melakukan logout dari aplikasi

- 5 Aplikasi yang dirancang Dibangun menggunakan basis web dengan memanfaatkan *PHP*, *JavaScript*, *HTML*, dan *CSS* sebagai bahasa pemrograman utama. Serta *mysql* sebagai basis datanya.
- 6 Fitur Layanan *E-commerce*: *E-commerce* mendukung 14 layanan utama berikut:
 - 1) Manajemen Produk: Menyediakan etalase untuk menampilkan ketersediaan produk.
 - 2) Manajemen Pengguna: Sistem mengelola entitas pengguna, meliputi:
 - a. Pelanggan: Dapat registrasi, login, melihat katalog produk, mengelola akun, menambahkan ke keranjang, membeli dan membayar.
 - b. Admin: Dapat menambah, mengedit, atau menghapus produk, mengelola status pengiriman, mengakses chat, serta melihat laporan transaksi.
 - 3) Penjualan Silang dan Peningkatan Penjualan:
 - a. Penjualan Silang (*Cross Sell*): Memberikan rekomendasi produk unggulan.
 - b. Peningkatan Penjualan (*Up Sell*): Menawarkan produk unggulan dengan harga yang paling mahal untuk mendorong pembeli product tersebut.
 - 4) Manajemen Katalog: Menyediakan informasi lengkap terkait produk yang ditawarkan.
 - 5) Manajemen Konten: Menampilkan slide video produk di halaman utama untuk menarik perhatian pelanggan.
 - 6) Manajemen Pesanan: Sistem secara otomatis memperbarui status pesanan.
 - 7) Manajemen Inventaris: Menampilkan informasi stok produk yang hanya dapat diakses oleh admin.

- 8) Layanan Pembayaran: Mendukung pembayaran melalui transfer bank atau *e-wallet*, dengan konfirmasi melalui unggahan bukti pembayaran.
- 9) Personalisasi: Memberikan opsi untuk menambahkan nama atau catatan khusus pada paket.
- 10) Manajemen Kampanye: Menyediakan promosi khusus, seperti gratis ongkir untuk wilayah tertentu.
- 11) Manajemen Loyalitas: Menawarkan diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu.
- 12) Layanan Pelanggan: Menghubungkan pelanggan dan admin di website melalui fitur chat.
- 13) Layanan Pencarian: Menyediakan fitur pencarian dengan kata kunci nama produk.
- 14) Pelaporan dan Analisis Data: Menyediakan laporan bisnis yang dapat diakses dan di download oleh admin sesuai periode waktu yang dipilih.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka didapat tujuan yaitu mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis web pada Toko Ida Olshop untuk meningkatkan operasional yang lebih baik, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan transparansi informasi produk.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah kontribusi yang diberikan oleh suatu penelitian, baik secara teoritis maupun praktis. Secara umum, manfaat penelitian dapat dibagi menjadi dua kategori utama:

1 Manfaat Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan, wawasan, dan informasi terkait pengembangan sistem *e-*

commerce menggunakan model B2C berbasis *web*, khususnya dalam konteks mengintegrasikan fitur pembayaran online, dan informasi produk. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung pengembangan teori terkait pemanfaatan teknologi *e-commerce*.

2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam penerapan hasil penelitian, khususnya membantu pemilik Toko Ida Olshop dalam memperluas jangkauan pasar melalui platform *e-commerce*, yang memungkinkan pelanggan berbelanja tanpa perlu datang langsung ke toko, sehingga proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan praktis. Selain itu, dengan adanya fitur pembayaran online dan pengelolaan stok barang, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang memudahkan pelanggan dan petugas toko dalam mengelola data penjualan.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1 Bagaimana membuat sistem *e-commerce* untuk mempercepat proses transaksi dan mempermudah pelanggan dalam mendapatkan transparansi informasi mengenai produk di Toko Ida Olshop?
- 2 Bagaimana membangun sistem pengelolaan administrasi yang mudah digunakan dan dapat mengurangi kesalahan pencatatan di Toko Ida Olshop?
- 3 Bagaimana sistem *e-commerce* dapat membantu Toko Ida Olshop memperluas jangkauan pelanggan?

1.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah pernyataan atau dugaan sementara yang dibuat berdasarkan teori atau pengamatan awal, yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian.

- 1 Sistem *e-commerce* berbasis *web* yang dibuat untuk Toko Ida Olshop diharapkan mempercepat proses transaksi dan mempermudah pelanggan mendapatkan informasi mengenai ketersediaan produk pada toko Ida Olshop dibandingkan dengan metode tradisional yang ada saat ini.
- 2 Penerapan sistem administrasi berbasis digital diharapkan akan mengurangi kesalahan pencatatan dan mempermudah transaksi di Toko Ida Olshop.
- 3 Implementasi sistem *e-commerce* diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar pelanggan pada Toko Ida Olshop.

1.9 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan pengembangan sistem berbasis metode *Waterfall* dan model *e-commerce* B2C (*Business-to-Consumer*). Pemilihan metode *Waterfall* didasarkan pada sifatnya yang sistematis dan terstruktur, yang memungkinkan Setiap tahap pengembangan dilakukan secara sistematis dan bertahap, dimulai dari analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, hingga tahap pengujian. Menurut penelitian terdahulu, "Metode *Waterfall* merupakan pendekatan klasik yang terstruktur dan mudah dipahami, terdiri dari beberapa tahap yang berurutan di mana hasil dari satu tahap menjadi masukan untuk tahap berikutnya".(Fernando, 2023).

Dan Model *e-commerce* B2C diterapkan karena sistem yang dibangun akan melayani transaksi langsung antara Toko Ida Olshop dan pelanggan secara online. Dengan pendekatan ini, Sistem yang dikembangkan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan tujuan penelitian secara tepat guna. Adapun metode yang biasa digunakan ialah:

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data membahas tentang cara memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian yang akan dilaksanakan, terdapat beberapa metode yang akan digunakan, antara lain:

1 Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan mengenai proses penjualan dan transaksi di Toko Ida Olshop untuk mendapatkan gambaran tentang operasional bisnis saat ini.

2 Wawancara

Dilakukan dengan Ibu Ida selaku pemilik toko untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh Toko Ida Olshop dalam mengelola penjualan dan transaksi, serta untuk menggali kebutuhan sistem *e-commerce* yang dibutuhkan.

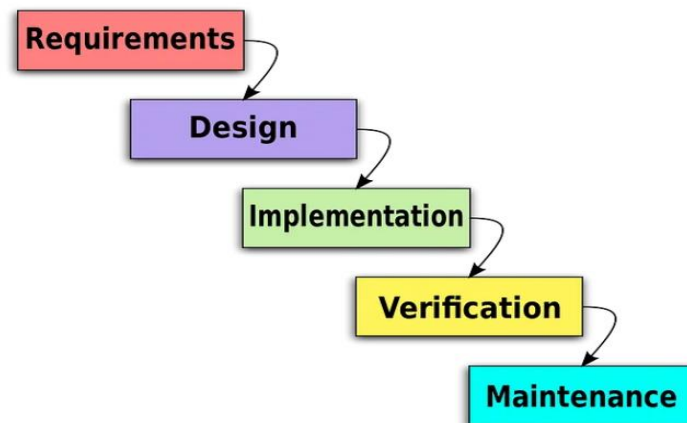
3 Studi Pustaka

Dalam penelitian ini mencakup literatur yang relevan untuk pengembangan sistem *e-commerce* berbasis *PHP* dan *MySQL* serta penerapan model B2C (*Business-to-Customer*). Literatur yang digunakan meliputi jurnal tentang *e-commerce* yang membahas penerapan platform digital dalam bisnis, jurnal mengenai *PHP* dan *MySQL* sebagai teknologi pengembangan website dan manajemen database, serta jurnal terkait model bisnis B2C (*Business-to-Customer*) yang memfokuskan pada interaksi antara bisnis dan konsumen dalam platform *e-commerce*. Referensi ini memperkaya pemahaman teori yang digunakan dalam penelitian.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Dalam penelitian ini, metode pengembangan sistem yang digunakan adalah model *Waterfall*, yaitu sebuah pendekatan pengembangan perangkat lunak dengan alur kerja yang terstruktur dan sistematis. Model ini melibatkan beberapa tahapan yang dilaksanakan secara bertahap, dimulai dari analisis kebutuhan, dilanjutkan dengan perancangan, implementasi,

pengujian, hingga tahap pemeliharaan.



Gambar 1. 1 Tahapan waterfall

(Sumber: Kadir, 2003)

Tahapan-tahapan dalam metode *waterfall* adalah sebagai berikut:

1 *Requirements*

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik Toko Ida Olshop untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna terhadap sistem *e-commerce*. Pemilik menginginkan sistem yang dapat mempermudah pelanggan dalam memesan produk, dan menampilkan stok barang secara *real-time*. Selain itu, pemilik mengharapkan fitur menyediakan opsi pembayaran online yang fleksibel untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Sistem yang diharapkan juga harus memiliki antarmuka sederhana dan mudah digunakan, baik oleh pelanggan maupun admin, namun tetap memberikan informasi yang lengkap. Sistem ini harus mampu mencatat transaksi, dan menghasilkan laporan penjualan secara otomatis, sehingga mempermudah pengelolaan data penjualan serta mendukung upaya untuk memperluas jangkauan pasar. Analisis kebutuhan ini menjadi dasar untuk merancang sistem *e-commerce* yang dapat memenuhi

kebutuhan bisnis dan pelanggan Toko Ida Olshop.

2 *Desain*

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, sistem dirancang dengan desain antarmuka yang sederhana dan alur proses yang mudah dipahami untuk mendukung transaksi pelanggan. Dalam tahap ini, digunakan pemodelan UML (*Unified Modeling Language*), seperti *Use Case Diagram* untuk memvisualisasikan interaksi antara pengguna dan sistem, serta *Activity Diagram* untuk mendetailkan alur proses transaksi. Perancangan ini bertujuan memastikan sistem memenuhi kebutuhan pengguna dan berfungsi dengan baik.

3 *Implementation*

Pada tahap pengembangan sistem, implementasi dilakukan menggunakan teknologi web yang mendukung kebutuhan sistem. *PHP* digunakan untuk pengelolaan *server-side*, *JavaScript* untuk menciptakan interaksi dinamis pada sisi klien, *HTML* dan *CSS* untuk struktur dan tampilan antarmuka, serta *MySQL* sebagai basis data untuk menyimpan dan mengelola data. Kombinasi teknologi ini dirancang untuk memastikan sistem bekerja optimal, mendukung pemrosesan data yang akurat, serta memberikan pengalaman pengguna yang responsif dan mudah digunakan.

4 *Verification*

Setelah sistem selesai dikembangkan, pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa setiap fitur dalam sistem berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Pengujian dilakukan menggunakan metode *black box* untuk mengevaluasi fungsionalitas sistem dari perspektif pengguna tanpa memeriksa struktur internalnya, dan *white box* untuk menguji logika serta alur kode secara mendalam.

5 *Maintenance*

Setelah sistem dirilis, pemeliharaan akan dilakukan secara berkala untuk mengatasi potensi kesalahan. Langkah ini mencakup pembaruan teknis, perbaikan *bug*, dan pengembangan fungsi tambahan untuk mendukung kebutuhan operasional. Penerapan metode *Waterfall* memberikan alur kerja yang terstruktur dalam pengembangan *sistem e-commerce* berbasis *web* untuk Toko Ida Olshop. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan solusi digital yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, meningkatkan kualitas layanan, serta membantu dalam memperluas jangkauan pasar secara lebih baik.

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

Untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada penelitian ini, dibangunlah sistem *e-commerce* dengan menggunakan pendekatan *Business to Consumer* (B2C).

E-commerce secara umum merujuk pada aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik menggunakan media internet sebagai perantara (Prasetyo, 2023). Selain itu, *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik. Menurut penelitian, *e-commerce* adalah "sebagai suatu kegiatan menggunakan jaringan komputer internet yang memberikan nilai tambah kepada pelanggan bisnis serta konsumen dengan melalui proses membeli dan menjual produk, layanan, informasi, dan komunikasi" (Denny & Rahmadhani, 2021).

Dari definisi tersebut, ada tiga elemen utama dalam *e-commerce*, yakni proses penjualan dan pembelian yang dilaksanakan secara elektronik, adanya konsumen maupun perusahaan sebagai pelaku transaksi, Jaringan pengguna komputer online untuk melakukan transaksi bisnis.

Business to Consumer (B2C) Menurut artikel pada *website* (Hosting, 2022), B2C adalah bisnis yang melakukan penjualan barang atau jasa

langsung kepada konsumen, baik individu maupun kelompok, tanpa melalui perantara distributor. Dan Dalam model B2C, konsumen disebut sebagai *end user* atau pengguna akhir, yang akan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis tersebut.

Model *Business to Consumer* (B2C) memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari model bisnis lainnya. Berikut karakteristik *Model Business to Consumer* (B2C).

Pertama, dapat dijangkau publik, di mana informasi keseluruhan terkait produk dan layanan dapat diakses oleh masyarakat luas tanpa batasan. Hal ini memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan riset produk secara menyeluruh sebelum melakukan pembelian.

Kedua, pelayanan yang diberikan bersifat umum (*generic*), dengan mekanisme yang mudah diakses oleh masyarakat luas. Contohnya, aplikasi *web* dan aplikasi ponsel pintar (baik untuk *Android* maupun *iOS*) telah menjadi platform yang umum digunakan untuk melakukan transaksi secara online.

Ketiga, layanan diberikan berdasarkan permohonan (*on-demand*), di mana konsumen memiliki inisiatif untuk melakukan pembelian, dan produsen harus siap memberikan respons sesuai dengan kebutuhan atau permintaan konsumen. Hal ini menuntut sistem *e-commerce* untuk responsif terhadap kebutuhan pengguna.

Keempat, pendekatan *electronic shopping mall* digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan jasa. Dalam model ini, penjual dapat membuat storefront digital yang menyediakan katalog produk secara lengkap, sehingga konsumen dapat dengan mudah menelusuri berbagai pilihan barang yang ditawarkan.



Gambar 1. 2 Model B2C

(Sumber: giap luwena, 2023)

Keterangan pada gambar di atas adalah:

- 1 *Customer* (Pelanggan): Ini adalah titik awal dan akhir dari setiap transaksi B2C. Pelanggan adalah individu yang membeli produk atau jasa secara langsung dari bisnis tersebut.
- 2 *Online Store* (Toko Online): Ini adalah platform di mana produk atau jasa dipajang dan ditawarkan kepada pelanggan. Toko online bisa berupa website atau aplikasi mobile.
- 3 *Products / Offers* (Produk/Penawaran): Ini adalah barang atau layanan yang dijual oleh bisnis kepada pelanggan.
- 4 *Safe Payment* (Pembayaran Aman): Proses pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan harus aman dan terjamin. Ini melibatkan penggunaan sistem pembayaran online yang terpercaya.
- 5 *Expedition* (Ekspedisi): Setelah pembayaran dilakukan, produk akan dikirimkan kepada pelanggan melalui jasa ekspedisi.
- 6 *Delivery* (Pengiriman): Produk yang telah dikirimkan sampai ke tangan pelanggan.

1.10 Jadwal Penelitian

Jadwal kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan di Kramatmulya, Kabupaten Kuningan, dengan waktu pelaksanaan dalam penyusunan laporan dapat dilihat pada tabel berikut.

Proses	Tahun 2024-2025																			
	November				Desember				Januari				Februari				Maret			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Requirement	■	■																		
Desain			■	■																
Implementation					■	■	■	■	■	■	■									
Verification												■	■	■						
Maintenance														■	■	■	■	■	■	■
Documentation	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

1.11 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian adalah struktur atau kerangka yang menggambarkan alur dan susunan dari sebuah laporan penelitian. Sistematika ini digunakan untuk memastikan penelitian disajikan secara terorganisir, jelas, dan mudah dipahami.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, secara umum dibahas latar belakang yang menjadi dasar penyusunan laporan tugas akhir, diikuti dengan penjelasan mengenai identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pertanyaan penelitian, metode yang digunakan, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan laporan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian, mencakup definisi konsep yang diambil dari buku atau sumber lainnya yang mendukung kajian penelitian.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab III memuat analisis terhadap sistem yang sedang berjalan, mencakup fungsi dan kegunaannya, analisis kebutuhan untuk sistem yang diusulkan, serta perancangan sistem yang akan diusulkan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas hasil program yang telah dibuat, meliputi penjelasan tampilan program beserta deskripsinya secara rinci.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan memuat poin-poin utama dari temuan penelitian dan pembahasan yang disajikan secara ringkas dan jelas. Dalam kesimpulan, penulis juga meninjau kembali tujuan serta manfaat penelitian yang telah dijelaskan pada bab I.

Saran berisi rekomendasi yang ditujukan kepada instansi terkait maupun peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil temuan penelitian. Saran tersebut diharapkan relevan dan selaras dengan topik penelitian yang telah dilakukan.