BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi internet yang sangat pesat telah menjadikan internet sebagai jaringan komunikasi yang mudah diakses, memiliki cakupan luas, dan tidak dibatasi oleh wilayah. Pemanfaatannya pun semakin meluas, termasuk sebagai sarana pendukung berbagai aktivitas usaha. Bidang bisnis merupakan sektor yang mengalami dampak signifikan dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Selain berperan sebagai media pertukaran informasi dan komunikasi, internet juga digunakan sebagai platform untuk melakukan aktivitas jual beli Tanaman secara daring. Aktivitas ini dikenal sebagai *e-commerce*, yaitu mekanisme transaksi antara pihak penjual dan pembeli dengan memanfaatkan jaringan internet (Musthofa & Adiguna, 2022).

Bisnis penjualan bunga memiliki potensi yang besar baik di pasar lokal maupun nasional, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kegiatan berkebun, penghijauan, serta dekorasi rumah yang bernuansa alami. Permintaan terhadap bunga terus tumbuh, didorong oleh kesadaran akan pentingnya lingkungan hijau dan gaya hidup sehat. Namun, banyak pelaku usaha bunga masih menghadapi kendala dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di era digital saat ini. Keterbatasan dalam sistem pemasaran, pemesanan, dan komunikasi dengan pelanggan sering menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha ini (Musthofa & Adiguna, 2022).

Adenium Landscape adalah salah satu bidang usaha yang bergerak menyediakan berbagai jenis bunga di Kuningan. Terletak di Jalan Baru Caracas, Cilimus, lokasi toko ini strategis untuk menarik konsumen dari berbagai wilayah sekitar. Adenium Landscape menawarkan berbagai jenis bunga *indoor* dan *outdoor*. Adenium Landscape belum mampu mengoptimalkan proses penjualan dan kegiatan pemasarannya karena belum memanfaatkan teknologi secara maksimal. Saat ini, promosi produk masih

dilakukan secara terbatas dan mengandalkan kunjungan langsung pelanggan ke toko. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi sempit dan berpotensi kehilangan peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Selain itu, pelanggan juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi mengenai produk, seperti jenis bunga yang tersedia, harga, dan promo yang sedang berlangsung. Kurangnya media penyampaian informasi yang cepat dan mudah diakses membuat pelanggan harus datang langsung ke lokasi untuk memperoleh detail produk, yang tentu tidak selalu praktis.

Pencatatan laporan transaksi penjualan masih dilakukan secara sederhana, yaitu dengan menuliskannya secara langsung ke dalam buku laporan. Cara ini menyulitkan pemilik toko untuk melakukan rekapitulasi penjualan secara cepat dan akurat, serta berisiko tinggi terhadap kehilangan atau kerusakan data. Oleh karena itu, seiring berkembangnya teknologi saat ini, maka Adenium Landscape perlu menerapkan suatu strategi teknologi digital untuk mendukung kegiatan pemasaran, penjualan, dan pengelolaan laporan secara lebih efektif. Dengan demikian, toko dapat meningkatkan daya saing, memberikan kemudahan bagi pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar dengan lebih maksimal.

Oleh karena itu, solusi yang perlu digunakan untuk permasalahan tersebut peneliti perlu untuk merancang dan membangun suatu sistem *E-commerce* berbasis *Website* yang mempermudah toko Adenium Landscape dalam proses promosi, pemasaran, penyebaran informasi dan penjualan sebagai upaya peningkatan strategi penjualannya. *E-commerce* merupakan suatu strategi yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas jual beli secara daring, dengan tujuan mempermudah interaksi antara penjual dan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi. Melalui penerapan *e-commerce*, hubungan antara usaha dan pelanggan dapat terjalin dengan lebih baik dan berkesinambungan, sehingga mampu menunjang pertumbuhan bisnis secara menyeluruh.

E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan aktivitas transaksi yang dilakukan melalui jaringan internet sebagai media utamanya. Setiap pihak, baik perusahaan maupun perorangan, yang melakukan proses jual beli produk maupun layanan secara daring dapat dikategorikan sebagai pelaku *e-commerce*. Belanja *online* kini menjadi alternatif strategis untuk mempromosikan Bunga yang ditawarkan, sekaligus memberikan kemudahan akses tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Aspek kenyamanan menjadi salah satu nilai utama dalam *e-commerce*, karena pelanggan dapat memperoleh harga yang relatif lebih murah, melakukan pencarian informasi secara lebih cepat, membandingkan berbagai jenis Bunga dengan mudah, serta mengakses lebih banyak pilihan produk (Kristianingrum & Al-Fadillah, 2022).

Untuk mendorong peningkatan penjualan sekaligus memperluas jangkauan pasar, Adenium Landscape perlu mengimplementasikan sistem *E-commerce* berbasis *Website* dengan menggunakan pendekatan *Business to Consumer* (B2C). Selama ini proses penjualan hanya dilakukan secara *offline* di toko, sehingga keterjangkauannya masih terbatas pada konsumen di area sekitar. Dengan memanfaatkan platform digital, baik melalui *marketplace* maupun situs toko *online* mandiri, perusahaan dapat mempromosikan dan menjual Bunga kepada konsumen dengan cakupan yang lebih luas. Selain mekanisme penjualan langsung, Adenium Landscape juga dapat mengembangkan bentuk lain dari model B2C, seperti berbasis periklanan melalui penyajian konten informatif mengenai Bunga, serta membangun komunitas daring untuk memperkuat interaksi dan kedekatan dengan pelanggan. Melalui strategi tersebut, Adenium Landscape memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing, memperluas segmen pasar, serta memberikan pelayanan yang lebih efisien kepada pelanggan (Setiawan & Brimi, 2024).

B2C E-commerce merupakan bentuk perdagangan elektronik yang mencakup transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, termasuk kegiatan pencarian informasi oleh pelanggan, pembelian produk fisik seperti buku, perangkat elektronik, komputer, dan sebagainya, maupun pembelian produk digital seperti perangkat lunak, buku elektronik, atau akses tertentu. Selain itu, *B2C* juga memungkinkan proses pengiriman Bunga melalui media elektronik. Model bisnis ini dinilai sangat efisien karena mampu menekan berbagai biaya operasional, misalnya biaya pemeliharaan situs web yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan pengelolaan toko konvensional. Di sisi lain, sistem ini juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menyeleksi dan membandingkan Bunga sesuai kebutuhan (Sabrina et al., 2023).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fajar Yuris Wijayanto, Suryo Adi Wibowo, dan Nurlaily Vendyansyah (2023), dengan judul "Implementasi Web Service pada Aplikasi Bunga Florist (Studi Kasus: Philea Florist Bali)". Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengatasi kendala transaksi manual yang sebelumnya dilakukan melalui media sosial tanpa fitur riwayat transaksi. Dengan teknologi seperti *Laravel, Flutter, Midtrans*, dan Raja Ongkir, aplikasi ini menyediakan fitur pemesanan, pembayaran, cek status order, dan manajemen Bunga secara efisien dan aman. Hasil implementasi menunjukkan bahwa sistem berjalan lancar di berbagai perangkat dan mendapatkan tanggapan positif dari pengguna (Yuris Wijayanto et al., 2023). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alda (2022) dengan judul "Perancangan *E-commerce* Penjualan Kue Dengan Menerapkan Model B2C (*Business to Consumer*)" memiliki pembahasan penelitian mengenai erancangan sistem *E-commerce* berbasis web pada Toko Mumu Butikue di Medan yang sebelumnya masih menggunakan metode penjualan tradisional. Dengan model B2C (*Business to Consumer*), sistem ini dikembangkan menggunakan *PHP* dan MySQL, serta dirancang menggunakan UML. Implementasi *E-commerce* ini bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan kue, serta membantu pihak toko dalam pengelolaan data penjualan dan memperluas jangkauan

pasar. Pengujian sistem menunjukkan bahwa fitur-fitur seperti *Login*, pendaftaran, pemesanan, dan konfirmasi berjalan dengan baik, sehingga sistem berhasil menggantikan proses manual menjadi lebih efisien dan terstruktur (Alda, 2022).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk merancang dan membangun *E-commerce* untuk toko penjualan bunga. Penelitian ini diusulkan dengan judul "**Rancang Bangun Sistem Informasi *E-commerce* berbasis *Website* untuk meningkatkan penjualan dan layanan terhadap pelanggan (Studi Kasus : Adenium Landscape)**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, identifikasi masalah yang dihadapi oleh Adenium Landscape dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Adenium Landscape belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga promosi hanya dilakukan secara langsung melalui kunjungan pelanggan ke toko. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan berpotensi kehilangan calon konsumen dari luar wilayah sekitar.
2. Pelanggan tidak memiliki akses mudah terhadap informasi penting seperti ketersediaan jenis bunga dan harga. Ketergantungan pada kunjungan langsung membuat proses pencarian informasi menjadi tidak praktis.
3. Seluruh data transaksi masih dicatat dalam buku laporan, menyulitkan proses rekapitulasi, rentan terhadap kerusakan atau kehilangan data, serta kurang efisien untuk analisis penjualan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang sistem *E-commerce* berbasis *Website* untuk mendukung proses penjualan dan pemasaran pada toko Adenium Landscape, sekaligus mengatasi permasalahan pencatatan transaksi yang masih menggunakan buku laporan yang menyulitkan rekapitulasi, rentan terhadap kerusakan atau kehilangan data, serta kurang efisien untuk analisis penjualan?
2. Bagaimana sistem *E-commerce* tersebut dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, dan bertransaksi secara *online* ?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan batasan masalah agar pembahasan lebih terarah dan tidak melebar dari tujuan utama penelitian, beberapa batasan masalah sebagai berikut.

1. Sistem *E-commerce* yang dibuat untuk penjualan Bunga pada toko Adenium Landscape, yang meliputi pemesanan, pembayaran, pengelolaan data master dan media promosi.
2. Metode pengembangan yang digunakan yaitu metode *Waterfall*.
3. Bahasa pemrograman yang digunakan pada pembangunan sistem ini adalah HTML, *PHP* dan *database* MySQL.
4. Sistem ini digunakan oleh 3 *user* yaitu admin, owner dan pelanggan. Berikut merupakan hak akses dari setiap *user* nya :
    a. Admin, memiliki hak akses untuk melakukan pengelolaan master data, melakukan konfirmasi pembayaran dari pelanggan, melihat dan mencetak laporan transaksi dan semua fitur yang ada pada sistem.
    b. Owner, memiliki hak akses untuk melihat laporan transaksi dan pelanggan aktif.

c. Pelanggan, memiliki hak akses untuk melakukan pemesanan Bunga, menggunakan fitur chat untuk menanyakan perihal Bunga, melihat informasi ketersediaan barang, melakukan pembayaran melalui sistem.

5. Fitur yang terdapat dari sistem yaitu :
   a. Form Registrasi
   b. Form *Login*
   c. Keranjang belanja
   d. Pencarian Bunga
   e. Transaksi
   f. Prediksi ongkir (Ongkos Kirim)
6. Sistem pembayaran pada aplikasi ini dilakukan melalui transfer Bank/Atm dengan konfirmasi pembayaran yang otomatis akan diterima melalui sistem.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membangun sistem penjualan *online* berbasis web yang dapat digunakan oleh toko Adenium Landscape dalam mendukung kegiatan penjualannya secara digital.
2. Memudahkan pemilik toko untuk menyediakan media informasi Bunga yang memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi mengenai bunga yang tersedia di toko Adenium Landscape.
3. Menerapkan menerapkan model *Business to Consumer* (B2C) pada platform *E-commerce* guna meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan pasar di toko Adenium Landscape.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang relevan dan bermanfaat bagi Adenium Landscape, dengan merancang dan mengimplementasikan sistem *E-commerce* berbasis *Website*, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang besar dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di era digital.

1. Manfaat bagi Penulis :

   Penulis dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang serta mengimplementasikan sistem *E-commerce* berbasis *Website*, yang akan menambah wawasan dalam penerapan teknologi informasi di dunia bisnis.
2. Manfaat Teoritis :

   Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang sistem informasi, *e-commerce*, dan penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan layanan pelanggan pada perusahaan kecil dan menengah.
3. Manfaat bagi Adenium Landscape :

   Adenium Landscape akan memperoleh solusi berupa sistem *E-commerce* yang dapat memperluas pemasaran, meningkatkan efisiensi pengelolaan penjualan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian, terdapat beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Adapun pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah dengan merancang sistem *E-commerce* berbasis *Website* dapat mendukung proses penjualan dan mengatasi permasalahan pencatatan transaksi yang masih menggunakan pembukuan pada toko Adenium Landscape?
2. Apakah dengan dirancangnya sistem *E-commerce* dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, dan bertransaksi secara *online* ?

1.8 Hipotesis Penelitian

Dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, hipotesis berikut diajukan untuk memberikan arah dan fokus pada penelitian ini. Hipotesis ini dirancang untuk diuji melalui pengumpulan dan analisis data yang relevan.

1. Implementasi sistem *E-commerce* berbasis *Website* di Toko Adenium Landscape dapat secara signifikan meningkatkan efisiensi proses penjualan serta mengatasi permasalahan pencatatan transaksi yang selama ini masih menggunakan pembukuan manual. Sistem ini diharapkan mampu mengurangi waktu pemrosesan pesanan, meningkatkan volume transaksi, serta menurunkan kesalahan input data dengan menggantikan pencatatan manual menggunakan fitur laporan otomatis, dan kemudahan akses histori transaksi, sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem *E-commerce* dapat memperbaiki proses penjualan dan pencatatan transaksi di toko tersebut.
2. Dengan dirancangnya sistem *E-commerce* berbasis *Website*, pelanggan Toko Adenium Landscape akan memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, dan bertransaksi secara *online* . Kemudahan ini diukur melalui waktu pencarian produk yang lebih singkat, tersedianya deskripsi produk yang lengkap, serta fitur-fitur seperti filter dan kategori yang memudahkan navigasi dan proses *checkout* yang mudah digunakan.

1.9 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan rangkaian langkah yang disusun dan dilaksanakan oleh peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang dikaji. Dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode sebagai dasar proses pengumpulan data dan analisis guna mencapai tujuan penelitian, yaitu :

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

   Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, yaitu Adenium Landscape. Teknik ini digunakan untuk memahami secara rinci proses penjualan dan aktivitas transaksi yang berlangsung di lokasi.

2. Wawancara

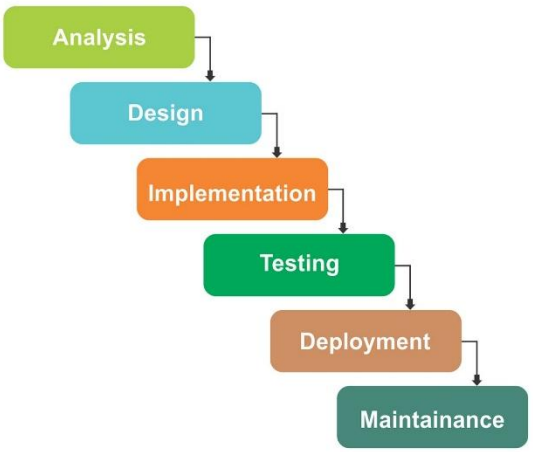
   Metode wawancara adalah teknik memperoleh data melalui komunikasi langsung dengan pihak terkait. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Adenium Landscape, Bapak Adnan, untuk mendapatkan informasi yang relevan dan mendukung kebutuhan penelitian.

3. Studi Pustaka

   Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menelaah berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, maupun situs web, guna memperoleh referensi yang berkaitan dengan topik penelitian.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode air terjun, atau yang dikenal sebagai *waterfall model*, merupakan salah satu model pengembangan sistem yang sering disebut sebagai siklus hidup klasik (*classic life cycle*). Model ini menerapkan pendekatan yang sistematis dan berurutan, di mana setiap tahapan harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya, sehingga alurnya menyerupai aliran air terjun. Proses pengembangan bersifat linear, dimulai dari tahap perencanaan hingga tahap pemeliharaan sebagai fase akhir. Setiap tahap tidak dapat dijalankan apabila tahap sebelumnya belum selesai, dan alur pengerjaan tidak memungkinkan untuk kembali atau mengulang ke tahapan yang telah dilewati (A. A. Wahid, 2020).



Gambar 1. 1 Tahapan Metode Waterfall
(Sumber : Pressman, 2012)

Berikut merupakan penjelasan tahapan-tahapan metode waterfall :

1. *Analysis* (Analisis Kebutuhan)

   Tahap ini merupakan proses analisis kebutuhan sistem yang akan dikembangkan. Informasi diperoleh melalui wawancara, observasi langsung di Toko Adenium Landscape, serta studi pustaka. Seluruh data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk merumuskan kebutuhan perangkat lunak secara rinci. Hasil dari tahap ini digunakan untuk merancang sistem penjualan *online* berbasis web

guna mengatasi permasalahan dalam pemasaran, penyampaian informasi Bunga, serta pencatatan transaksi penjualan di toko Adenium Landscape.

2. *Design* (Perancangan Sistem)

   Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem baik dari segi struktur, alur, maupun antarmuka (*interface*) *Website*. Desain mencakup tampilan halaman web, menu yang dibutuhkan, serta navigasi yang memudahkan pengguna dalam mencari informasi Bunga dan melakukan transaksi. Tujuan dari tahap ini adalah menciptakan sistem yang menarik, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna toko dan pelanggan.

3. *Implementation* (Implementasi)

   Tahapan ini merupakan proses mengubah desain sistem menjadi bentuk nyata dalam bahasa pemrograman. Sistem penjualan *online* ini dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dengan bantuan aplikasi *Visual Studio Code* sebagai *Text* editor, MySQL sebagai *database*, dan web browser untuk menampilkan hasil program. Proses ini akan menghasilkan sistem *E-commerce* berbasis web yang siap diuji dan digunakan.

4. *Testing* (Pengujian)

   Setelah implementasi selesai, dilakukan tahap pengujian sistem. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa seluruh fitur yang dikembangkan telah berjalan sesuai dengan fungsinya, serta dapat mendukung kebutuhan toko dalam pemasaran, penyediaan informasi Bunga, dan pencatatan transaksi. Pengujian juga mencakup verifikasi antarmuka pengguna agar sistem dapat digunakan dengan mudah oleh pelanggan.

5. *Devloyment* (Penerapan)

   Tahap deployment merupakan proses penerapan sistem yang telah diuji ke lingkungan pengguna. Pada tahap ini sistem mulai digunakan secara nyata dan siap mendukung aktivitas operasional pengguna.

6. *Maintenance* (Pemeliharaan)

   Tahap pemeliharaan dilakukan setelah sistem digunakan untuk menjaga kinerja sistem tetap optimal. Pemeliharaan mencakup perbaikan kesalahan, pembaruan sistem, serta penyesuaian terhadap kebutuhan baru yang muncul.

1.10 Metode Penyelesaian Masalah

1.10.1 E-commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan aktivitas transaksi yang dilakukan melalui jaringan internet sebagai media utamanya. Setiap pihak, baik perusahaan maupun perorangan, yang melakukan proses jual beli produk maupun layanan secara daring dapat dikategorikan sebagai pelaku *e-commerce*. Belanja *online* kini menjadi alternatif strategis untuk mempromosikan Bunga yang ditawarkan, sekaligus memberikan kemudahan akses tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Aspek kenyamanan menjadi salah satu nilai utama dalam *e-commerce*, karena pelanggan dapat memperoleh harga yang relatif lebih murah, melakukan pencarian informasi secara lebih cepat, membandingkan berbagai jenis Bunga dengan mudah, serta mengakses lebih banyak pilihan produk (Kristianingrum & Al-Fadillah, 2022).

E-commerce merupakan solusi modern dalam melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli melalui media internet. Penggunaan *E-commerce* memberikan banyak manfaat, seperti efisiensi biaya, kemudahan akses selama 24 jam, serta peningkatan pendapatan melalui penjualan *online* . Seiring perkembangan teknologi, *E-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga telah berkembang

menjadi platform penjualan yang lengkap, mulai dari pemilihan Bunga hingga proses pembayaran. Dengan demikian, *E-commerce* menjadi sarana yang efektif dan strategis dalam mendukung pertumbuhan bisnis di era digital saat ini (Rehatalanit, 2021).

Adapun jenis-jenis dari *E-commerce* yang biasa digunakan berdasarkan model transaksi nya:

1. B2B (*Business to Business*)

   Business to Consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi *E-commerce* ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen mendapatkan penawaran Bunga dan melakukan pembelian secara *online* .

2. B2C (*Business to Consumer*)

   Transaksi *E-commerce* ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu produsen dan suplier yang saling bertransaksi secara *online* baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.

3. C2C (*Consumer to Consumer*)

   C2C (*Consumer to Consumer*), traksaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Kalau Anda sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLXdan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan B2C *e-commerce*. Transaksi jual beli di lakukan secara *online* melalui marketplace. Jadi C2C disini menjadi perantara antara penjual dan pembeli.

4. C2B (*Consumer to Business*)

   Model C2B merupakan kebalikan dari konsep B2C, di mana konsumen berperan sebagai pihak yang menawarkan produk atau jasa, sementara perusahaan bertindak sebagai pihak yang membutuhkan atau membeli layanan tersebut.

5. B2G (*Busines to Government*)

   Model B2G merupakan pengembangan dari konsep B2B, namun perbedaannya terletak pada pihak yang terlibat. Dalam model ini, transaksi atau kerja sama terjadi antara pelaku usaha dan instansi pemerintahan.

6. G2C (*Government to Consumer*)

   Model G2C menggambarkan interaksi atau hubungan layanan antara pemerintah dan masyarakat. Melalui konsep ini, masyarakat sebagai konsumen dapat mengakses berbagai layanan pemerintah dengan lebih mudah, sehingga proses pelayanan publik menjadi lebih efisien.

1.10.2 B2C (Bussiner To Customer)

Business to Consumer (B2C) adalah model *E-commerce* yang menggambarkan hubungan transaksi langsung antara perusahaan dan konsumen akhir. Dalam model ini, perusahaan menjual Bunga atau jasa secara langsung kepada individu tanpa perantara. Contohnya adalah Amazon.com yang menjual barang langsung ke pengguna individu melalui platform *online*-nya. Model B2C memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi Bunga, melakukan pemesanan, dan menyelesaikan transaksi secara mudah melalui sistem digital, seperti *Website* atau aplikasi. B2C juga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan efisien, serta memperluas jangkauan pasar perusahaan ke berbagai wilayah. Dalam implementasinya, B2C memanfaatkan teknologi seperti *Website e-commerce*, *database* digital, dan metode komunikasi modern untuk mempercepat dan mempermudah proses transaksi. Perusahaan yang menerapkan B2C biasanya menyediakan fitur seperti katalog Bunga, keranjang belanja, metode pembayaran *online* , dan pelacakan pesanan. Dengan perkembangan internet dan digitalisasi bisnis, model B2C menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing

perusahaan, memperkuat *brand Image*, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja (Arnando et al., 2022).

Business to Customers (B2C) merupakan model bisnis yang melibatkan penjualan Bunga atau jasa secara langsung dari perusahaan kepada konsumen akhir melalui media *online* , yang biasa dikenal dengan *e-tailing*. Dalam praktiknya, B2C terbagi menjadi dua mekanisme utama, yaitu *Electronic Storefronts*, yang merupakan situs web milik individu atau perusahaan sebagai tempat menjual barang dan jasa secara langsung, dan *Electronic Malls* (E-Mall), yaitu platform *online* yang menampung berbagai toko dalam satu wadah. Kedua model ini mempermudah interaksi antara penjual dan pembeli serta memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai Bunga dalam satu platform digital (Rizqi & Hadi, 2023).

1.11 Jadwal Kegiatan Penelitian

Jadwal pelaksanaan penelitian dibuat dengan tahapan yang jelas dalam bentuk bar chart

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

Jenis Kegiatan	Tahun 2025-2026																			
	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi																				
Wawancara																				
Studi Pustaka																				
Perancangan sistem menggunakan UML,																				
Mengimpementasikan pengembangan sistem dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP																				
Mencoba *Website* yang telah dibuat																				
Pemeliharaan *Website* yang telah dibuat																				

1.12 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan berbagai komponen dasar penelitian, meliputi uraian latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika penulisan secara keseluruhan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini mengulas materi-materi yang digunakan dalam penyusunan skripsi, membahas penelitian sebelumnya, serta menyajikan kerangka teoritis yang menjadi dasar penelitian.

BAB III : **ANALISA DAN PERANCANGAN**

Bab ini mengkaji pembahasan serta penerapan elemen-elemen sistem yang telah dirancang dan dikembangkan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini menjelaskan mengenai implementasi yang dilakukan untuk menerapkan hasil perancangan, termasuk evaluasi sejauh mana perangkat yang dibuat berguna dan bagaimana pengembangannya ke depan. Tahap ini dilanjutkan dengan pengujian perangkat yang telah dikembangkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran untuk pengembangan lebih lanjut.