

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital yang semakin berkembang pesat, perubahan dalam dunia bisnis menjadi semakin signifikan. Salah satu perubahan dari sector perdagangan dengan adopsi teknologi, setiap tugas pekerjaan menjadi lebih mudah dilakukan dan pelayanan dapat ditingkatkan. Perkembangan sistem informasi, terutama dalam bentuk *Elektronic Commerce*, telah membawa inovasi signifikan dalam sektor perdagangan.

Ada berbagai jenis model bisnis online yang dapat digunakan tergantung pada kebutuhan masing-masing individu, termasuk bisnis ke konsumen, bisnis ke bisnis, bisnis ke pemerintah, dan konsumen ke konsumen. Sistem penjualan online ini menerapkan sistem penjualan yang sesuai dengan fungsi dan aplikasi transaksi online. *E-commerce* mencakup semua transaksi penjualan dengan menggunakan transaksi elektronik sebagai sarana komunikasi untuk mempromosikan barang kepada konsumen. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan dan disajikan untuk menawarkan penawaran di suatu pasar sehingga pembeli dapat membandingkannya dengan produk lain, kemudian menentukan pilihan untuk membeli apa yang diinginkannya. Dalam *E-commerce* sangat diperlukan untuk melakukan transaksi komersial dalam jumlah yang cukup besar [1].

Penelitian [2] ini menggunakan *topic E-commerce* dengan menggunakan *content management system* pada PT Selera Amanah Indonesia pada pelayanan *catering* untuk memudahkan proses penjualan secara online. Hasil dari penelitian ini berupa website *E-commerce* dengan adanya ulasan, pelanggan dapat mengetahui tingkat kepercayaan transaksi di perusahaan tersebut. Namun penelitian ini masih diharapkan untuk dapat meningkatkan penjualan dari luar daerah Tangerang khususnya jabodetabek dan memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi.

Penelitian [3] ini menggunakan topic *E-commerce* dengan menggunakan *Business to Business* pada *Brand Hijab Alila* untuk *system pendistribusian* barang yang ada pada produsen pusat kepada para distributor terkait. Hasil dari penelitian ini berupa *system E-commerce* berbasis web yang dapat memudahkan transaksi orderan dari distributor secara online. Selain itu, memudahkan komunikasi antara produsen dengan distributor. Namun kelemahan dari penelitian ini belum adanya fitur laporan terkait pendapatan dan jumlah *order* per bulan.

Banyak jenis *E-commerce* yang berkembang di Indonesia salah satunya ialah B to B atau *business to business* yaitu transaksi antar bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet, dan jaringan pribadi. Di dalam B to B, pembelian barang dan jasa terjadi karena kebutuhan dan umumnya terjadi kepada harga pasar yang berlaku (*spot buying*), namun adapun pembelian yang melibatkan kontrak jangka panjang biasanya berdasarkan negosiasi pribadi antar penjual dan pembeli (*strategic sourcing*) [4].

E-commerce berperan dalam diberbagai macam usaha bisnis salah satunya yaitu perusahaan CV Buana Grafika yang merupakan salah satu distributor yang bergerak di bidang percetakan. Perusahaan ini bertempat di jalan Cijoho Kabupaten Kuningan dan sudah memiliki satu cabang di daerah Darma Kabupaten Kuningan. Mereka memproduksi baligho, stiker, wallpaper dinding, spanduk, dan banner. Mereka juga memiliki supplier dari dua tempat yaitu daerah Jakarta dan daerah Cirebon. Selain menjalin kerjasama dengan supplier, perusahaan ini memiliki mitra yang menjual produk-produk berupa bahan baku ataupun bahan jadi dari perusahaan CV Buana Grafika ini.

Penjualan yang dilakukan perusahaan CV Buana Grafika kepada mitra masih menggunakan pesan singkat atau menelpon untuk saling berkomunikasi ke mitra CV Buana Grafika, sehingga mitra harus menanyakan terlebih dahulu untuk memesan atau membeli barang yang mereka butuhkan akibatnya akan memakan waktu yang lama untuk membeli barang yang mitra butuhkan, kemudian tidak adanya data transparansi mengenai harga barang untuk diketahui oleh mitra menyebabkan kurangnya efisiensi dalam berbisnis kerjasama antar mitra dan transaksi masih menggunakan data tertulis sehingga dapat menyebabkan data

tersebut rusak atau hilang. Dalam industri percetakan, bermitra antar percetakan lainnya dapat mengefisienkan waktu ketika barang yang dibutuhkan sudah habis atau tidak ada, sedangkan kebutuhan akan barang tersebut harus tersedia dengan waktu atau hari itu juga dikarenakan akan diolah kembali menjadi produk jadi. Dengan adanya B2B di CV Buana Grafika menjadikan proses berbisnis dipercetakan jadi lebih efisien dan efektif dalam kebutuhan stok barang dan bertransaksi lebih mudah dan aman.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan menentukan judul yaitu “IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* B TO B PADA PENGELOLAAN PENJUALAN MITRA USAHA BUANA GRAFIKA”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari masalah-masalah yang muncul di latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan CV Buana Grafika kepada mitra masih menggunakan pesan singkat atau telepon sebagai sarana komunikasi untuk menanyakan terlebih dahulu pesanan atau pembelian barang. Hal ini menyebabkan proses pemesanan atau pembelian barang yang dibutuhkan oleh mitra menjadi memakan waktu lama.
2. Kurangnya transparansi data mengenai harga barang yang dapat diakses oleh mitra menyebabkan rendahnya efisiensi dalam kerja sama bisnis antar mitra.
3. Transaksi masih menggunakan data tertulis, sehingga berisiko mengalami kerusakan atau kehilangan data.

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 mengimplementasikan sistem *E-commerce B to B* untuk mengelola penjualan pada mitra usaha CV Buana Grafika?
2. Bagaimana membangun sistem *E-commerce B to B* berbasis website menggunakan Bahasa pemrograman PHP, HTML, dan *JavaScript*?

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah menjadi lebih jelas dan terarah maka diperlukan adanya batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan dibatasi oleh:

1. Aplikasi ini akan menampilkan beberapa layanan *E-commerce* yaitu :
 - a. *Product Management*, yaitu dalam pelayanan elektronik terdapat ciri-ciri atau fungsi yang memungkinkan untuk mengelola produk atau jasa yang ditawarkan sesuai kriteria.
 - b. *User Management*, khususnya pada layanan perdagangan, terdapat fungsi yang memungkinkan pengguna dikelola menurut kelompok tertentu, misalnya fungsi untuk pembeli dan fungsi untuk penjual.
 - c. *Cross Sell* dan *Up Sell*, *Cross Sell* sendiri adalah layanan perdagangan elektronik yang memungkinkan berbagai jenis produk ditawarkan kepada pengguna, sedangkan *Up Sell* berfungsi untuk produk terbaik dari jenis grup produk.
 - d. *Catalog Management*, yaitu layanan dalam *E-commerce* untuk katalog produk atau layanan yang ditawarkan.
 - e. *Content Management*, yaitu layanan *E-commerce* untuk penjual agar lebih mudah mengelola konten toko online.
 - f. *Order Management*, yaitu layanan perdagangan yang memungkinkan penjual lebih mudah mengelola data setiap pesanan dari pembeli, mulai dari jenis, jumlah produk, alamat pengiriman, dll.

- g. *Inventory Management*, yaitu layanan yang memungkinkan penjual lebih mudah mengelola jumlah aliran produk dan ketersediaannya agar selalu up to date.
 - h. *Payment Service*, yaitu layanan komersial berupa pilihan metode pembayaran yang dapat dikonfigurasi oleh pembeli.
 - i. *Personalization*, yaitu layanan *E-commerce* yang memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menentukan produk mana yang akan dibeli dalam jumlah berapa.
 - j. *Campaign Management*, yaitu layanan elektronik yang mempunyai fungsi pemasaran, dapat berupa periklanan, publikasi, dll.
 - k. *Loyalty Management*, yaitu layanan *E-commerce* yang dilakukan penjual untuk mengelola tingkat loyalitas pembeli terhadap toko onlinenya.
 - l. *Customer Service*, yaitu layanan *E-commerce* yang memungkinkan pengguna memperoleh bantuan atau jawaban atas pertanyaan terkait *E-commerce*.
 - m. *Search Service*, yang adalah layanan perdagangan yang dimaksudkan untuk membantu pengguna menemukan produk atau layanan yang mereka cari dengan lebih cepat.
 - n. *Reporting and Data Analysis*, yaitu layanan elektronik dalam berupa laporan penjualan produk kepada penjual untuk memudahkan akuntansi dan pengambilan keputusan di masa depan.
2. Aplikasi yang dibangun merupakan aplikasi berbasis *website* dengan menggunakan metode *e-commerce* B2B.
 3. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode waterfall.
 4. Aplikasi yang dibuat menggunakan Bahasa pemrograman PHP, HTML, dan *JavaScript*.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk merancang sistem *E-commerce B to B* dalam mengelola penjualan pada mitra usaha di CV Buana Grafika Kabupaten Kuningan yang dapat digunakan untuk:

1. Memperbanyak hubungan kerjasama antar mitra sehingga dapat lebih unggul dalam penjualan barang untuk hal ini perusahaan percetakan.
2. Memberikan kemudahan berupa transparansi data baik stok barang maupun transaksi sehingga lebih aman dalam bertransaksi antar mitra usaha dalam pembelian barang.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu sistem informasi terutama dalam bidang *E-commerce B2B* pengelolaan penjualan pada mitra usaha berbasis *website*, serta dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan pula dapat memberikan kegunaan atau manfaat praktis bagi beberapa pihak yaitu:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai implementasi pada sistem *E-commerce B2B* pengelolaan penjualan pada mitra usaha berbasis *website*.

- b. Bagi CV Buana Grafika

Memberikan inovasi baru di bidang percetakan berupa sistem *E-commerce* pengelolaan penjualan pada mitra usaha berbasis *website* yang dapat memberikan kemudahan dalam **manajemen persediaan stok barang serta pengelolaan pembayaran** bagi mitra usaha dan *staff* gudang.

c. Bagi Mitra Usaha

Dapat memudahkan mitra usaha dalam mencari layanan pembelian barang yang sesuai dengan kebutuhan dan terjamin akreditasinya.

d. Peneliti Lebih Lanjut

Penelitian ini diharapkan dijadikan peningkatan pengetahuan dan bahan referensi di bidang sistem informasi *E-commerce*. Selain itu, pihak lain yang memerlukan informasi mengenai *E-commerce* B2B, serta membangun sistem *E-commerce* pengelolaan penjualan pada mitra usaha berbasis *web*.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah implementasi *E-commerce B2B* dapat diterapkan di CV Buana Grafika Kabupaten Kuningan untuk mengelola transaksi penjualan?
2. Apakah membangun sistem informasi berupa website menggunakan bahasa pemrograman PHP, HTML, dan *JavaScript* dapat di terapkan di CV Buana Grafika Kabupaten Kuningan?

1.8 Hipotesis Penelitian

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

1. *E – commerce B2B* dapat diimplementasikan di CV Buana Grafika untuk mengelola penjualan, manajemen persediaan stok barang serta mengelola pembayaran bagi mitra usaha.
2. Pembangunan sistem *e – commerce B2B* menggunakan bahasa pemrograman PHP, HTML, dan *JavaScript* dapat di terapkan di CV Buana Grafika.

1.9 Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metodologi penelitian untuk menghasilkan data yang objektif dari hasil penelitian, ada tiga metodologi penelitian yaitu metode pengumpulan data, metode pengembangan sistem, dan metode penyelesaian masalah.

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

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

a. Studi Pustaka

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

b. Observasi

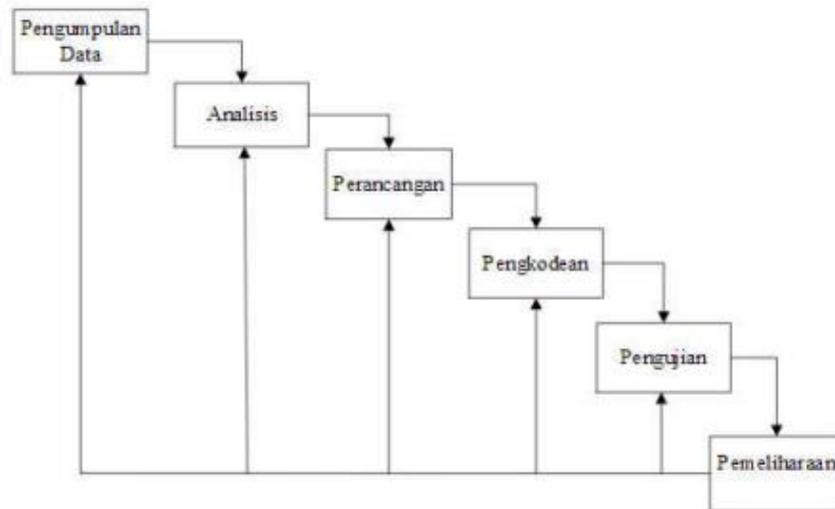
Penelitian ini menggunakan observasi secara langsung di CV Buana Grafika. Observasi digunakan untuk mengetahui bagaimana keadaan kantor dan bagaimana pengelolaan stok barang.

c. Wawancara

Peneliti menggunakan teknik wawancara bersama Ibu Lisda selaku admin perusahaan untuk mengetahui apa masalah dan kebutuhan dari Buana Grafika dalam mengelola mitra usaha.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Model waterfall merupakan model klasik bersifat sistematis yang berurutan dalam membangun *software*. Nama model tersebut sebenarnya adalah *Linear Sequential Model* atau sering disebut *classic life cycle* atau metode waterfall. Pada waterfall ini, terdapat tahapan-tahapan yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan [5].



Gambar 1. 1 Metode Waterfall

Berikut adalah penjelasan mengenai proses-proses pembuatan metode waterfall:

a. Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan.

b. Analisis

Analisis atau analisa ini merupakan tahap awal yang dilakukan oleh peneliti dalam mengembangkan sistem. Dalam analisis ini harus mendapatkan beberapa hal yang dianggap menunjang penelitian yang dilakukan, seperti mencari permasalahan yang ada, mengumpulkan data (data fisik, non fisik).

c. Perancangan

Perancangan sistem merupakan tahap selanjutnya setelah analisa sistem, mendapatkan gambaran dengan jelas tentang apa yang dikerjakan pada analisa sistem, maka dilanjutkan dengan memikirkan bagaimana membentuk sistem tersebut.

d. Pengkodean

Bagian pengodean merupakan bagian para programmer untuk memasukan *script* kode pemrograman kedalam sebuah *software* programming untuk menghasilkan sistem yang telah di desain, *software* programming yang dapat digunakan harus disesuaikan dengan desain sistem yang dibuat. Untuk *software* programming dapat menggunakan PHP dan lain-lain.

e. Pengujian

Tahap ini adalah tahap pengujian dan tahap pendukung yang artinya sistem yang telah dibuat dari hasil analisis masalah yang telah melalui tahap-tahap desain, pengodean barulah masuk kedalam pengujian sistem, sehingga akan dapat diketahui seperti apa hasil kinerja sistem yang baru ini dibandingkan dengan sistem yang lama, kemudian dapat diketahui pula apakah dalam sistem yang baru ini masih ada kelemahan yang kemudian akan dikembangkan oleh peneliti berikutnya.

f. Pemeliharaan

Pemeliharaan suatu *software* diperlukan, termasuk di dalamnya adalah pengembangan, karena *software* yang dibuat tidak selamanya hanya seperti itu. Ketika dijalankan mungkin saja masih ada *errors* kecil yang tidak ditemukan sebelumnya, atau ada penambahan fitur yang belum ada pada *software* tersebut. Pengembangan diperlukan ketika adanya perubahan dari *eksternal* perusahaan seperti ketika ada pergantian sistem operasi, atau perangkat lainnya.

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. *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 [6].

a. B-To-B

B to B atau *business to business* ialah transaksi antar bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet, dan jaringan pribadi. Setelah memahami B to B, kita juga harus tahu apa saja transaksi dan aktivitas dalam B to B yaitu :

1. *Sell-side* (satu penjual, banyak pembeli).
2. *Buy-side* (satu pembeli, banyak penjual).
3. *Exchange/virtual market* (banyak pembeli, banyak penjual).
4. Peningkatan rantai pasokan dan *collaborative commerce*.

Di dalam B to B, pembelian barang dan jasa terjadi karena kebutuhan dan umumnya terjadi kepada harga pasar yang berlaku (*spot buying*), namun adapun pembelian yang melibatkan kontrak jangka panjang biasanya berdasarkan negosiasi pribadi antar penjual dan pembeli (*strategic sourcing*) [4].

1.11 Sistematika Penelitian

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

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, ruang lingkup pembahasan, metodologi penelitian dan sistematika penulisan dalam penulisan laporan ini.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan yang menjadi acuan dalam pengerjaan penelitian dan dibahas dalam bab ini, yaitu sejarah singkat perusahaan, visi misi perusahaan, struktur perusahaan, lingkup dan deskripsi pekerjaan.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Membahas teori-teori yang melandasi penulisan laporan penelitian. Berisikan berupa dasar-dasar teori, algoritma dan penjelasan judul yang berkaitan dengan teori yang digunakan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Membahas hasil-hasil dari tahapan penelitian, analisis, desain, implementasi desain, hasil pengujian dan implementasi.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Membahas mengenai kesimpulan dari laporan penelitian yang dibuat serta saran untuk pengembangan program dari Buana Grafika Kuningan.