

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet merupakan salah satu kebutuhan yang mutlak bagi pengguna teknologi saat sekarang ini. Sejalan dengan perkembangan teknologi, sudah banyak badan usaha yang menggunakan fasilitas internet dalam sistem penjualan mereka. Karena metode ini dipandang memiliki beberapa keuntungan lain bila dibandingkan dengan sistem penjualan konvensional (Sembiring dan Pakpahan, 2017).

Internet sudah dikenal semua orang di abad 21. Internet juga memudahkan dalam mendapatkan informasi secara cepat. Kemudahan yang didapat bukan hanya untuk berbelanja, tetapi juga tempat bagi para pengusaha mendapatkan uang dengan menjual produk mereka secara *online* (Rahman, 2018).

Dalam bidang bisnis, teknologi dapat memfasilitasi perdagangan secara *online* tanpa adanya pertemuan antara penjual dan pembeli. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya *electronic commerce (E-commerce)*. Membawa keunggulan internet dalam proses bisnis, menjadikan *E-commerce* diaplikasikan oleh banyak organisasi bisnis (Setiawan, 2018).

E-commerce merupakan sebuah *website* dengan fasilitas dimana pelanggan dapat langsung mengunjungi situs *web* yang disediakan. Banyak keunggulan dan kemudahan yang disediakan *e-commerce* bagi penggunanya (Veza, 2019).

Kebutuhan konsumen akan keselamatan dan kenyamanan dalam berkendara menjadi hal yang sangat penting khususnya bagi pengendara sepeda roda dua atau sepeda motor. Di dalam berkendara harus melengkapi peraturan yang ada terutama harus memakai helm yang standar demi keselamatan pengendara. Helm tidak hanya bertujuan untuk perlindungan atau proteksi saja, namun juga untuk estetika si pemakai helm dan melindungi kepala bila terjadi kecelakaan lalu lintas pada para pengendara sepeda motor. Pertama sekali dicetuskan untuk diwajibkan secara resmi di dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata helm adalah penyokong kepala yang dibuat dari bahan yang tahan benturan (dipakai atau digunakan oleh tentara, anggota barisan pemadam kebakaran, pekerja tambang, penyelam bagian dari pakaian, pengendara sepeda motor, dsb).

Toko Lettane Riding Gear merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan bermacam-macam helm. Konsumen biasanya datang ke toko untuk mencari dan memilih barang yang akan dibeli, setelah mendapatkan barang yang dicari konsumen mendatangi kasir untuk bertransaksi. Selain itu pelanggan tetap yang cukup banyak dari toko ini pun mulai mengeluhkan, kadang mereka tidak sempat untuk berbelanja langsung di Toko Lettane Riding Gear ini karena masalah efisiensi jarak dan waktu. Dengan mekanisme sistem penjualan yang berjalan saat ini bagi Toko Lettane Riding Gear merupakan desakan bisnis yang harus dicarikan jalan keluarnya guna kelangsungan kegiatan usaha dan tercapainya keuntungan yang maksimal.

Di pandang dari segi pertimbangan biaya dan jangkauan pemasaran serta permintaan dari para pelanggan maka perancangan *e-commerce* produk helm adalah solusi yang tepat untuk mengatasi mekanisme sistem penjualan yang berjalan saat ini. Untuk itu Toko Lettane Riding Gear memandang perlu untuk membangun *e-commerce* pemasaran helm dimana transaksi penjualan helm dapat dilakukan secara *online* disamping penjualan secara langsung di toko.

Sudah banyak usaha kecil menengah ini yang memanfaatkan media *online* sebagai media pemasaran produk. Hal tersebut dilakukan untuk mengimbangi dan meningkatkan daya saing dengan industri maupun perusahaan besar. Proses peralihan bisnis dari manual menjadi terkomputerisasi merupakan langkah strategis sebuah proses bisnis menjadi keberlanjutan (Kondojo, Daisy, Sundah, Sawidin dan Putung, 2019).

Perkembangan sektor usaha kecil menengah di Indonesia menghadapi beberapa kendala, salah satunya di bidang pemasaran. Tidak memadainya infrastruktur pemasaran membuat usaha-usaha memiliki orientasi pasar rendah. Sementara, salah satu kunci keberhasilannya adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk. Agar dapat bersaing dalam menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, sektor usaha kecil menengah harus meningkatkan penguasaan pasar. Salah satu solusinya adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini (Arisandi, 2018).

Dari masalah yang diuraikan diatas perlu adanya pembaharuan strategi dalam penyampaian dan pemanfaatan informasi. Melalui *E-Commerce* penyampaian dan pemanfaatan informasi untuk pemasaran produk helm dapat

dilakukan dengan mudah. Sehingga penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut yang dituangkan dalam sebuah penelitian yang berjudul **Perancangan dan Penerapan Website E-Commerce dengan Metode Rapid Application Development (RAD) untuk Pemasaran Produk Helmet pada Toko Lettane Riding Gear Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MySQL.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah, yaitu:

1. Bagaimana merancang aplikasi *E-Commerce* dapat mempermudah pelaku usaha untuk memasarkan produknya ?
2. Bagaimana merancang aplikasi *E-Commerce* dengan menerapkan metode *Rapid Application Development (RAD)* dapat langsung melakukan pembelian secara *online* dalam jangkauan yang lebih luas ?
3. Bagaimana merancang aplikasi *E-Commerce* dapat mempermudah pelanggan memperoleh informasi produk secara detail ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian skripsi ini lebih terarah serta tujuan dari penulis dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah, yaitu :

1. Sistem ini merupakan *E-Commerce* berbasis web yang diterapkan pada Toko Lettane Riding Gear.
2. Aplikasi *E-Commerce* ini dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL.
3. Metode yang digunakan dalam merancang aplikasi *E-Commerce* ini adalah metode *Rapid Application Development* (RAD).

1.4 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka didapatkan hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL dapat membantu dalam proses membangun aplikasi *E-commerce*.
2. Diharapkan dengan adanya aplikasi *E-commerce* ini pelanggan dapat mengetahui informasi detail produk dan melakukan pembelian tanpa harus bertanya maupun datang langsung ke toko tersebut.
3. Diharapkan dengan adanya aplikasi *E-Commerce* ini dapat membuat sistem pemesanan dan penjualan menjadi komunikatif dan informatif untuk toko Lettane Riding Gear.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi tentang katalog helm apa saja yang dijual.

2. Untuk mempermudah pelanggan dapat melakukan transaksi dimanapun berada.
3. Untuk memperluas pasar sehingga pelanggan dari luar kota juga dapat berbelanja secara online.
4. Serta meningkatkan efektifitas dan efisiensi tata kelola penjualan dan promosi produk baik segi biaya, tenaga maupun waktu pada Toko Lettane Riding Gear.

1.6 Manfaat Penelitian

Sistem informasi *E-Commerce* mempunyai banyak manfaat bagi semua pemegang kepentingan (*stakeholder*). Selain mempermudah dan merapikan proses tata kelola penjualan dan promosi produk, sistem informasi *E-Commerce* juga meningkatkan omset penjualan dari Toko Lettane Riding Gear.

Adapun manfaat dari sistem informasi *E-Commerce* adalah sebagai berikut :

1. Mempermudah pendataan produk.
2. Mengubah sistem pembelian yang masih manual menjadi sistem pembelian yang terkomputerisasi.
3. Sebagai salah satu sarana promosi yang dapat meningkatkan prestise pada Toko Lettane Riding Gear.

1.7 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan untuk membangun aplikasi layanan *E-Commerce* ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu suatu metode yang

bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang hal-hal yang diperlukan, melalui tahapan sebagai berikut :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka (*libraryresearch*) dengan membaca literatur baik dari buku maupun internet serta tulisan lain yang mendukung dan berkaitan dengan topik penelitian ini.

2. Observasi

Pengumpulan data serta informasi dengan cara melakukan peninjauan dan pengamatan langsung kegiatan-kegiatan yang berlangsung di instansi bersangkutan.

3. Wawancara

Pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung dengan instansi atau organisasi yang bersangkutan dan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan tujuan peneliti.

1.8 Tinjauan Umum Perusahaan

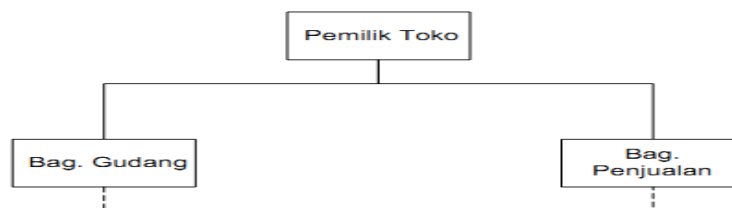
1.8.1 Toko Lettane Riding Gear

Toko Lettane Riding Gear merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan bermacam-macam helm. Toko Lettane Riding Gear beralamatkan di Jl. Belakang Olo 54A, Padang. Toko ini beroperasi mulai dari jam 08.00 WIB dan tutup jam 20.00 WIB

1.8.2 Struktur Organisasi Toko Lettane Riding Gear

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang di harapkan dan di inginkan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan di kerjakan.

Berikut struktur organisasi dari Toko Lettane Riding Gear, dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut :



Sumber : Toko Lettane Riding Gear

Gambar 1.1 Bentuk Struktur Toko Lettane Riding Gear

1.8.3 Tugas dan Wewenang

Berikut uraian tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari masing-masing bagian pada struktur organisasi Toko Lettane Riding Gear :

1. Pemilik Toko
 - a. Sebagai pengambil keputusan.
 - b. Sebagai koordinator semua kegiatan yang telah dilaksanakan.

- c. Mengevaluasi semua kegiatan yang telah dilaksanakan.
- d. Menerapkan dan mengesahkan kebijakan yang menyangkut eksistensi Toko Lettane Riding Gear.
- e. Melaksanakan pemeriksaan yang meliputi seluruh aspek kegiatan manajemen keuangan dan operasional agar pengelolaan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

2. Bagian Penjualan

- a. Bagian penjualan yang bertatap muka langsung dengan pelanggan.
- b. Menghitung uang hasil penjualan dan bertanggung jawab atas uang yang masuk.
- c. Melaporkan hasil penjualan harian.
- d. Bagian penjualan akan melaporkan kebagian gudang apabila stokbarang di counter kurang atau habis.

3. Bagian Gudang

- a. Bertanggung jawab atas pengadaan barang apabila stok barang dibagian penjualan dan di gudang habis.
- b. Bertanggung jawab atas barang yang di gudang dan pengiriman barang ke bagian penjualan.
- c. Melakukan *stock of name* tiap hari atas barang yang masuk maupun keluar.
- d. Pemeliharaan atas barang.