

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami kemajuan pesat yang membawa perubahan besar pada berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan perdagangan. Transformasi digital yang terjadi di berbagai sektor industri mendorong pelaku bisnis untuk memanfaatkan teknologi sebagai media utama dalam menjalankan operasional serta pemasaran produk mereka. Salah satu wujud nyata dari pemanfaatan teknologi di bidang perdagangan adalah kehadiran *e-commerce* atau perdagangan elektronik, di mana pelaku bisnis dapat menjual produk dan layanan mereka melalui platform digital.

Berkembangnya penggunaan teknologi internet kini telah menjadi salah satu tipe jaringan komunikasi yang termurah dan jangkauan penerimaan yang luas dan tanpa batas. Internet sering digunakan juga sebagai media alternatif untuk menjalankan suatu usaha maupun bisnis. Sektor bisnis merupakan sektor yang terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Selain digunakan sebagai media informasi dan komunikasi, internet juga dapat digunakan sebagai sarana dalam melakukan proses jual beli produk secara online atau transaksi yang dilakukan melalui internet antara penjual dan pembeli yang lebih dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah salah satu implementasi dari bisnis online yang merupakan aktivitas dari penjualan dan pembelian produk serta jasa yang ditawarkan melalui jaringan. Adanya *e-commerce* yang tepat dan akurat dapat mengurangi terjadi kesalahan yang tidak diinginkan sehingga dapat

meningkatkan penjualan yang efisien dalam penjualan suatu produk barang ataupun jasa (Musthofa & Adiguna, 2022).

Teknologi informasi yang berkembang pesat akan sangat membantu seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya. Beberapa pengusaha yang sebelumnya menjalankan usahanya secara konvensional, kini dapat menjalankan usahanya secara online dengan menggunakan *e-commerce*. Aktivitas perdagangan melalui penerapan *e-commerce* sangat praktis hanya menggunakan perangkat elektronik seperti laptop, komputer, atau smartphone dan menggunakan internet sebagai perantara (Manap Solihat, 2022).

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Salah satu dampak paling mencolok adalah pertumbuhan pesat industri *E-commerce*. Ecommerce telah menjadi salah satu aspek paling vital dalam bisnis modern, memungkinkan perusahaan untuk menjual produk dan layanan mereka secara Online, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan efisiensi operasional (Alifianda & Djutalov, 2024).

Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara online yang berupa *e-commerce*. Selama ini, sistem penjualan dari pelanggan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat secara tertulis dan manual, yang tidak jarang cenderung menyesatkan. Dengan adanya layanan jasa berupa *e-commerce* yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri maka segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik

dan tercepat bagi para pelanggan (Nurhadi, Salma Putri Purbaningrum, Dini Gandini Nuraulia, 2022).

E-commerce telah menjadi model bisnis baru di berbagai negara dikarenakan usaha para pelaku bisnis yang ingin meningkatkan penjualan dan pendapatannya. Peningkatan pendapatan melalui *e-commerce* menjadi faktor pendorong pesatnya perkembangan *e-commerce*. Chaffey menjelaskan bahwa faktor pendorong perkembangan *e-commerce* dibagi dua, yaitu dorongan kompetitif dan biaya. Dorongan kompetitif berhubungan dengan kemampuan meningkatkan jumlah konsumen serta nilai transaksi yang dapat diperoleh melalui permintaan konsumen, jaminan kualitas serta keberagaman barang dan jasa, serta usaha untuk menjaga nilai saham. Dorongan biaya merupakan minimalisasi berbagai biaya karena pengurangan berbagai beban biaya, seperti biaya distribusi dan penyimpangan (Ratama et al., 2022).

Komunikasi masa internet aktivitasnya didominasi dengan populasi umur produktif serta hendak jadi momentum untuk kemajuan *e-commerce* di Indonesia, terlebih Indonesia merupakan negara berkembang dengan bonus demografinya, yang diisyrati dengan warga yang terus menjadi konsumtif tidak lagi dilandasi pada keinginan namun didorong oleh ambisi serta kemauan. Sikap konsumtif ini maksudnya warga hendak tingkatan energi beli terlebih dengan sarana yang telah terus menjadi gampang buat membeli-beli serta tanpa halangan (Budi Dharma et al., 2022).

Promosi menjadi bagian awal yang paling penting dalam memasarkan suatu produk. Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya, dan untuk meyakinkan

konsumen agar membeli produk yang ditawarkan (Maftuhah & S Dwi Raharjo, 2023). *E-commerce* memungkinkan promosi produk toko Victory Sport yang lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan dari toko ini. Dengan mengadopsi sistem *e-commerce*, Toko Victory Sport dapat melakukan pemasaran dengan jangkauan yang tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Komunikasi antara pihak toko Victory Sport dan konsumen dapat dilakukan secara cepat dan *cost-effective* melalui internet (Maftuhah & S Dwi Raharjo, 2023).

Toko Victory Sport hadir di masyarakat sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan pakaian olahraga dan sekolah yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Di tengah persaingan yang semakin ketat, toko ini juga membutuhkan strategi promosi yang lebih luas dan efektif agar mampu bersaing dengan toko-toko lain. Toko ini juga menghadapi beberapa masalah dalam meningkatkan visibilitas produk dan efektivitas pengelolaan pesanan. Selain itu, manajemen pemesanan di toko ini masih dilakukan secara manual, sehingga rawan terhadap kesalahan pencatatan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kinerja operasional.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis merancang sebuah aplikasi sistem informasi *e-commerce* yang diharapkan mampu memperbaiki promosi produk dan manajemen pemesanan, dengan mengangkat judul penelitian **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI ECOMMERCE UNTUK PENINGKATAN PROMOSI DAN MANAJEMEN PEMESANAN PRODUK DI TOKO VICTORY SPORT BERBASIS WEB MENGGUNAKAN BAHASA PEMOGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan utama yang menjadi perhatian dan fokus utama dalam penelitian ini. Permasalahan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara membangun website sistem informasi *e-commerce* Victory Sport yang dapat meningkatkan promosi dan pemesanan produk untuk menjangkau konsumen yang lebih luas?
2. Bagaimana website sistem informasi yang dibangun dapat mempermudah proses manajemen pesanan dan proses manajemen produk?
3. Bagaimana sistem informasi *e-commerce* yang dibangun dapat mempermudah proses pencatatan laporan dan setiap input tersimpan secara otomatis ke dalam *database*?

1.3. Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, penulis dapat menyusun sebuah hipotesa atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Toko Victory Sport, yaitu sebagai berikut :

1. Harapan dari diterapkannya sistem informasi *e-commerce* ini dapat meningkatkan promosi produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
2. Harapan dari diterapkannya sistem informasi *e-commerce* ini dapat mempermudah dalam proses manajemen pemesanan dan proses pengelolaan produk.

3. Harapan dari diterapkannya sistem informasi *e-commerce* ini dapat mempermudah dalam proses pencatatan laporan dan setiap input akan tersimpan secara otomatis kedalam *database*.

1.4. Batasan Masalah

Penelitian memerlukan penetapan batasan-batasan tertentu terhadap sistem yang akan diteliti. Tujuan dari pembatasan ini adalah untuk memastikan bahwa langkah pemecahan masalah tetap terfokus dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun batasan masalah penelitian diambil antara lain :

1. Sistem hanya mencakup fitur dasar *e-commerce* seperti pemesanan produk, dan manajemen pesanan.
2. Pembuatan website ini hanya berfokus untuk meningkatkan promosi dan pengelolaan pesananan pada Toko Victory Sport.
3. Sistem dibangun menggunakan bahasa pemrograman *Hypertext Preprocessor* (PHP), *database* MySQL dan menggunakan model *Unified Modelling Language* (UML).

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan pembahasan dari rumusan masalah yang menjelaskan hasil yang diharapkan setelah penelitian selesai dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Membangun website sistem informasi *e-commerce* untuk meningkatkan efektivitas promosi produk, sehingga mampu menjangkau konsumen dengan lebih luas.**

2. **Membuat fitur pada website *e-commerce*** yang dapat mempermudah proses manajemen pesanan dan pengelolaan produk, seperti pengendalian stok barang, dan pelacakan status pesanan.
3. Menghasilkan sistem informasi yang memungkinkan setiap input data terkait transaksi, laporan, dan pemesanan tersimpan secara otomatis ke dalam *database*.

1.6. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, berdasarkan permasalahan yang ada di Toko Victory Sport maka dapat dikemukakan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi tempat penelitian
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah website *e-commerce* yang mampu mendukung peningkatan efektivitas promosi dan pemasaran produk, sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meminimalkan kesalahan dalam proses manajemen pesanan dan pengelolaan produk.
2. Manfaat bagi peneliti
 - a. Peneliti dapat membuat sistem informasi *e-commerce* berbasis web yang dapat membantu Toko Victory Sport membuat media promosi dan sistem yang dapat dijangkau masyarakat luas.
 - b. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan program Strata Satu (S1) pada Program Studi Sistem

Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia
YPTK Padang.

1.7. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum perusahaan diperoleh penulis melalui pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi literatur. Data yang dikumpulkan tersebut termasuk ke dalam data primer. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan mengenai instansi yang menjadi objek penelitian, meliputi sejarah singkat, struktur organisasi dan pembagian wewenang serta visi dan misi.

1.7.1. Sejarah Toko Victory Sport

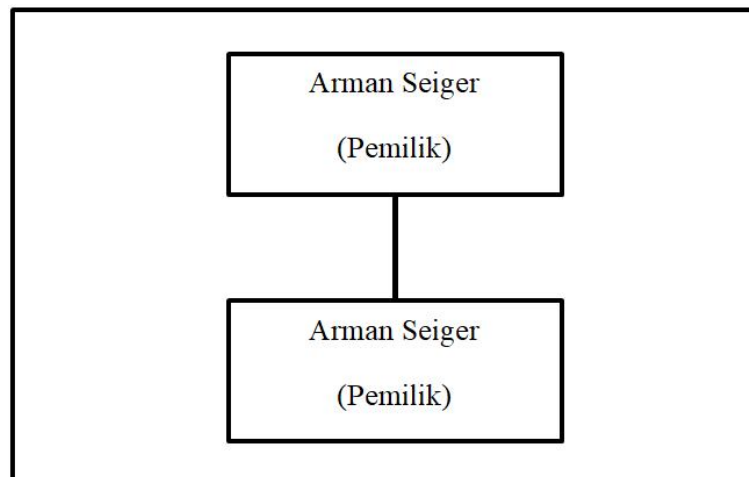
Toko Victory Sport adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian olahraga dan seragam sekolah dengan beragam pilihan produk yang sesuai untuk berbagai kebutuhan. Berlokasi di Jalan Serunai No. 21A, Pasar Bawah, Muara Bungo, Jambi, toko ini didirikan oleh bapak Arman Seiger sejak tahun 2001.

Selama lebih dari dua dekade berdiri, Toko Victory Sport telah mengalami perkembangan yang sangat baik. Awalnya, toko ini hanya berfokus pada penjualan pakaian olahraga, namun seiring berjalannya waktu, permintaan dari masyarakat terus meningkat. Hal ini mendorong Toko Victory Sport untuk memperluas jenis produk yang ditawarkan, termasuk menyediakan pakaian sekolah. Keputusan untuk menambahkan kategori produk ini bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga menunjukkan komitmen toko dalam melayani berbagai segmen pelanggan.

Toko Victory Sport telah menjadi salah satu pilihan masyarakat Bungo dalam memenuhi kebutuhan pakaian olahraga dan sekolah yang berkualitas. Dengan mengutamakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif, serta pelayanan yang ramah, toko ini terus berkomitmen untuk memberikan pengalaman belanja terbaik bagi pelanggan setianya.

1.7.2. Struktur Organisasi Toko Victory Sport

Struktur organisasi merupakan susunan yang menggambarkan bagaimana tugas, wewenang, tanggung jawab, dan hubungan antar orang didalam toko. Dengan adanya struktur organisasi maka pemilik akan lebih mudah melakukan pengendalian terhadap semua aktivitas dalam sebuah toko sehingga pencapaian tujuan akan terlaksana dengan baik, untuk lebih jelasnya struktur organisasi Toko Victory Sport dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Victory Sport

Sumber: Toko Victory Sport

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dijelaskan pembagian wewenang dari struktur organisasi tersebut sebagai berikut:

1. Pemilik

Pemilik memiliki tugas pokok yaitu mengatur ketersediaan barang Toko Victory Sport, melakukan pembukuan terhadap toko serta melakukan pengecekan setiap stok barang masuk di toko.

2. Karyawan

Karyawan melayani memiliki tugas melayani pembeli dengan ramah dan juga bertanggung jawab atas kebersihan barang dan ruangan toko. Melakukan pencatatan transaksi harian dan melakukan penyetoran barang serta membuat laporan barang yang habis di toko.

1.7.3. Visi Dan Misi Toko Victory Sport

Visi adalah gambaran atau cita-cita jangka panjang yang ingin dicapai oleh suatu organisasi, perusahaan, atau individu. Sedangkan Misi langkah-langkah dan strategi yang akan diambil untuk mencapai visi tersebut. Adapun visi dan misi Toko Victory Sport dalam keberlangsungan usahanya yaitu sebagai berikut :

1. Visi Toko Victory Sport

Menjadi toko pakaian olahraga dan sekolah terkemuka yang memberikan produk berkualitas, layanan terbaik, dan pengalaman belanja yang sangat memuaskan bagi semua pelanggannya.

2. Misi Toko Victory Sport

Misi menggambarkan langkah apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai visi. Adapun misi yang akan dicapai oleh Toko Victory Sport adalah sebagai berikut :

- a. Menyediakan berbagai pilihan pakaian olahraga dan sekolah dengan kualitas terbaik, nyaman, dan terjangkau.

- b. Selalu memberikan layanan ke pelanggan dengan ramah dan profesional untuk memastikan kepuasan pelanggan.
- c. Berkomitmen untuk mendukung gaya hidup sehat dan pendidikan dengan menyediakan produk yang mendukung aktivitas fisik dan pendidikan yang optimal.