

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam dunia bisnis. Teknologi informasi akan mendominasi seluruh kegiatan yang ada karena pengguna internet banyak menjurus kepada *cyberspace* sehingga memberikan kemajuan di segala bidang terutama pada bidang *e-commerce* yang menyebabkan sistem penjualan dari konvensional menjadi digital (Achyar & Pratama, 2021). Dengan memanfaatkan internet, *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas, memberikan kemudahan dalam proses transaksi, serta meningkatkan kecepatan layanan. Bagi sektor usaha yang bergantung pada interaksi langsung dengan pelanggan, seperti penjualan produk dan layanan jasa, *e-commerce* menjadi solusi yang sangat relevan.

E-commerce didefinisikan sebagai manipulasi digital dari pengguna teknologi informasi dan komunikasi dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan antara pembeli dan penjual. Dapat juga diartikan sebagai kegiatan jual beli barang, jasa, atau transfer uang atau data dengan menggunakan perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk membeli barang, karena dengan *e-commerce* konsumen dapat melakukan pembelian kapan saja, dimana saja (Sagita, 2022).

Pada sektor otomotif, kini juga membutuhkan adopsi bisnis yang lebih modern. Hal ini juga dirasakan oleh salah satu perusahaan bidang otomotif, Yahya Motor. Yahya Motor merupakan perusahaan yang melayani penjualan grosir dan eceran suku cadang, aksesoris motor, dan layanan perbaikan kendaraan bermotor. Perkembangan bisnis pada Yahya Motor meningkatnya permintaan pelanggan, Yahya Motor mulai menghadapi beberapa tantangan dalam pengelolaan operasionalnya, seperti sering kali terjadi penumpukan pelanggan yang menyebabkan antrean panjang dan waktu tunggu yang lama.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak Yahya Motor, fenomena penjualan produk dan layanan perbaikan kendaraan motor dilakukan terbatas hanya untuk pembelian secara langsung, sedangkan pembeli kadang berasal dari daerah yang jauh dan membeli dalam jumlah yang banyak. Selain itu, untuk layanan perbaikan kendaraan bermotor sering terjadi antrean panjang dan waktu tunggu yang lama. Aktivitas tersebut cenderung tidak efektif dan menimbulkan penurunan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Oleh karenanya, penerapan *e-commerce* untuk penjualan serta permintaan layanan perbaikan *online* relevan untuk permasalahan yang dihadapi pada Yahya Motor.

Penelitian terkait dengan *e-commerce*, sebelumnya telah dilakukan oleh Ricko Feliadra Rachman dengan judul “Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Aksesoris Motor Pada Toko *Worm Speedshop* Padang Berbasis Web *E-Commerce*” (Rachman,2023). Kemudian Penelitian oleh Dian Sagita dengan judul penelitian “Pengembangan Sistem Informasi *E-Commerce* Sparepart Motor Pada Bengkel Yukasa Dusun Belit Menggunakan Model *Fast*” (Sagita, 2022), serta pada penelitian oleh Rafif Fajari, dengan judul “Analisa Dan

Implementasi *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) untuk Mendukung Proses Penjualan Sparepart Bengkel Larisma Motor” (Fajari, 2023), dan beberapa penelitian lainnya. Penulis mengidentifikasi beberapa gap atau celah dan kekurangan pada penelitian terdahulu. Dimana belum adanya analisa sistem untuk permintaan servis kendaraan bermotor pada objek penelitian yang dasarnya menyediakan layanan perbaikan kendaraan bermotor dalam platform *e-commerce* yang dibuat. Hal tersebut menjadi celah untuk penelitian terbaru untuk memperluas cakupan sistem *e-commerce* pada sektor otomotif yang tidak hanya menjual produk namun juga menyediakan layanan tertentu.

Berdasarkan permasalahan dan penelitian terdahulu di atas. Maka, penulis merencanakan solusi alternatif penyelesaian masalah berupa *e-commerce* penjualan produk yang terintegrasi sekaligus dengan permintaan servis *online* dalam satu platform. Sistem *e-commerce* ini dan permintaan servis *online* akan diimplementasikan ke dalam satu sistem yang akan membantu meningkatkan efisiensi operasional bisnis. Dengan mengadopsi sistem *e-commerce* berbasis web, Yahya Motor dapat menawarkan kemudahan bagi pelanggannya, sehingga pelanggan tidak perlu datang langsung ke bengkel. Melalui platform ini, pelanggan dapat membeli suku cadang, aksesoris motor, serta memesan layanan servis secara *online*, termasuk menjadwalkan servis tanpa harus menunggu di bengkel. Sistem ini tidak hanya mengurangi antrean, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional Yahya Motor dengan mengintegrasikan penjualan produk dan layanan servis dalam satu platform yang mudah diakses. Sehingga penelitian ini akan mengisi celah atau kekurangan pada penelitian terdahulu.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem *e-commerce* berbasis web yang akan membantu Yahya Motor mengoptimalkan proses penjualan produk dan layanan servisnya. Sistem ini diharapkan dapat menyederhanakan dan mempercepat proses bisnis di Yahya Motor, pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi beban kerja manual. Selain itu, dengan adanya pengolahan data secara digital, Yahya Motor dapat lebih mudah mengelola stok barang, memantau transaksi, dan membuat laporan penjualan yang lebih akurat dan cepat. Penelitian ini, diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis Yahya Motor dengan digitalisasi bisnis di sektor otomotif, yang semakin dituntut untuk mampu bersaing di era modern. Dengan mengoptimalkan pengelolaan penjualan dan layanan melalui teknologi *e-commerce*, Yahya Motor akan berada di garis depan dalam hal inovasi dan kualitas layanan di bidang perbengkelan.

Dari uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut: **Rancang Bangun Sistem *E-Commerce* Penjualan Produk dan Permintaan Layanan Servis *Online* Berbasis Web Untuk Optimalisasi Pengelolaan Penjualan dan Layanan Pada Yahya Motor.**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan uraian hal-hal yang menyebabkan perlunya dilakukan penelitian, Dari uraian latar belakang masalah di atas, ditemukan beberapa masalah pada penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana merancang sistem *e-commerce* berbasis web yang dapat mengintegrasikan penjualan produk dan permintaan servis *online* pada Yahya Motor?

2. Bagaimana sistem *e-commerce* dapat membantu optimalisasi pengelolaan penjualan, manajemen stok produk, dan permintaan servis agar lebih efektif dan efisien?
3. Bagaimana sistem ini dapat membantu Yahya Motor meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan dengan menyediakan penjualan dan permintaan servis *online*?

1.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan dugaan sementara yang bersifat sementara dimana akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan latar belakang penelitian dan batasan-batasan yang telah ditetapkan. Hipotesa yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem *e-commerce* berbasis web yang terintegrasi dengan fitur penjualan produk dan permintaan layanan servis *online* diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional Yahya Motor.
2. Sistem *e-commerce* diharapkan mampu mengoptimalkan pengelolaan penjualan dan layanan servis Yahya Motor, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan meminimalkan kesalahan pengelolaan.
3. Sistem *e-commerce* diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan pada Yahya Motor dengan akses yang lebih mudah dan fleksibel.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian perlu batasan-batasan terhadap sistem yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga fokus dalam penyelesaian penelitian ini, salah satunya

diperlukan pembatasan yang jelas terhadap ruang lingkup penelitian. Berikut batasan penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya fokus pada analisis dan perancangan sistem *e-commerce* untuk Yahya Motor, tidak mencakup aspek pemasaran *offline*.
2. Penelitian ini akan menggunakan platform berbasis web sebagai media untuk sistem *e-commerce* dan permintaan service *online*, tanpa membahas aplikasi mobile secara mendalam.
3. Penelitian ini akan fokus pada peningkatan jumlah penjualan, tidak membahas aspek lain seperti manajemen keuangan atau strategi bisnis secara menyeluruh.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan pembahasan mengenai rumusan dalam penelitian yang menunjukkan hasil yang didapatkan setelah prosesisasi penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun sistem *e-commerce* berbasis web yang dapat memfasilitasi penjualan produk dan pengajuan permintaan servis secara *online* di Yahya Motor.
2. Mengoptimalkan pengelolaan penjualan produk dan layanan servis, termasuk manajemen stok produk dan permintaan layanan.
3. Meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan untuk Yahya Motor dengan menyediakan layanan *e-commerce* yang memungkinkan penjualan produk dan pemesanan servis secara *online*.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentu mengharapkan tujuan dan manfaat yang diinginkan, Berdasarkan permasalahan yang ada pada Yahya Motor, maka dapat dikemukakan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi Yahya Motor
 - a. Meningkatkan efisiensi operasional, penjualan pada Yahya Motor.
 - b. Meningkatkan kepuasan pelanggan Yahya Motor melalui sistem *e-commerce*.
2. Manfaat bagi peneliti
 - a. Peneliti dapat membuat sebuah perangkat lunak (Software) yang dapat membantu Yahya Motor
 - b. Peneliti dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1), Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.
 - c. Peneliti dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum objek penelitian didapatkan melalui beberapa metode, yaitu metode observasi dan wawancara. Dari hasil tersebut penulis mendapatkan data primer. Pada bagian ini penulis akan memaparkan tentang instansi yang terkait yang merupakan objek penelitian, mulai dari sejarah singkat objek penelitian, struktur organisasi dari objek penelitian, serta tugas dan tanggung jawabnya.

1.7.1 Sejarah Yahya Motor

Yahya Motor merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang menjual suku cadang dan aksesoris baik secara eceran maupun grosir. Selain itu Yahya Motor juga menyediakan layanan perbaikan kendaraan bermotor seperti, pergantian oli mesin, kampas rem, busi, filter udara, aki, sampai dengan ban.

Yahya Motor berdiri sejak tahun 2008 di Pasar Simpang Tanjung Nan IV, Kecamatan Danau Kembar, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Saat awal berdirinya bangunan toko Yahya Motor berupa bangunan kayu. Seiring berkembangnya bisnis ini, kini bangunannya telah beralih menjadi rumah toko (ruko).

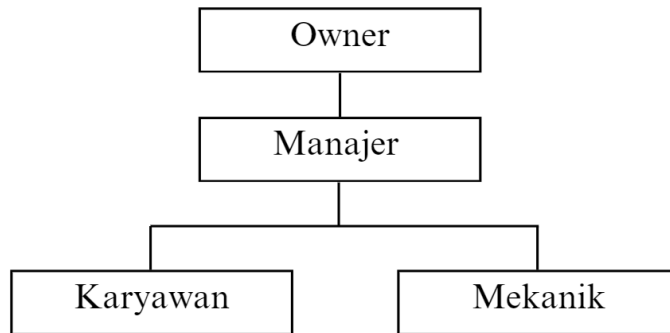
Seiring berjalannya waktu, penjualan yang awalnya terbatas pada produk tertentu saja. Kini, Yahya Motor telah dapat menjual berbagai jenis produk, bahkan menyediakan penjualan eceran maupun grosir.

1.7.2 Struktur Organisasi Yahya Motor

Struktur organisasi Yahya Motor berdasarkan observasi dan wawancara yang penulis lakukan pada November 2024 memiliki struktur organisasi yang terdiri atas:

1. Owner
2. Manajer
3. Karyawan
4. Mekanik

Struktur Organisasi Yahya Motor



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Yahya Motor
(Sumber: Yahya Motor)

1.7.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Yahya Motor memiliki struktur organisasi yang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda untuk masing-masingnya. Berdasarkan Gambar 1.1, berikut uraian terkait tugas dan tanggung jawab dari struktur organisasi Yahya Motor:

1. *Owner*

Sebagian besar *owner* atau pemilik bengkel turun langsung dalam mengelola bisnis bengkelnya. Alasannya adalah agar bisa mengawasi kinerja karyawan dan mekaniknya secara langsung. Tujuannya untuk memastikan setiap pekerjaan dan layanan berjalan sesuai dengan prosedur. Beberapa tugas dan tanggung jawab lain adalah:

- a. Membuat tata tertib dan kebijakan perusahaan
- b. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan mekanik
- c. Meningkatkan sumber daya yang ada
- d. Memberikan arahan dan apresiasi untuk karyawan dan mekaniknya

2. Manajer

Manajer merupakan orang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan koordiansi pekerjaan pada sebuah perusahaan. Berikut tugas dan tanggung jawab seorang manajer:

- a. Memutuskan sumber daya yang diperlukan
- b. Memperkirakan biaya dan menetapkan standar kualitas
- c. Bekerja sama dengan *owner*, menyusun kebijakan dan tujuan perusahaan
- d. Meninjau kinerja karyawan dan mekanik
- e. Bertanggung jawab untuk pemeliharaan peralatan

3. Mekanik

Mekanik adalah orang yang bertugas melakukan pengecekan, pengujian, dan perbaikan pada komponen kendaraan bermotor. Berikut tugas dan tanggung jawab seorang mekanik:

- a. Melakukan pemeriksaan kerusakan pada kendaraan bermotor
- b. Melakukan perbaikan kendaraan bermotor yang mengalami kerusakan
- c. Melakukan pengujian komponen dan sistem pada kendaraan bermotor

4. Karyawan

Karyawan adalah orang yang bertanggung jawab melakukan tugas sesuai arahan dari owner maupun manajer. Berikut tugas dan tanggung jawab seorang karyawan:

- a. Mematuhi aturan dan kebijakan perusahaan
- b. Melakukan pekerjaan sesuai dengan bidang ditentukan