

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

E-commerce adalah sebuah konsep baru dalam dunia perdagangan dengan menggunakan media *internet* sebagai perantaranya. Dengan semakin berkembangnya dunia *internet* dan para pelaku di dalamnya, maka perdagangan yang dulu dilakukan secara konvensional dimana calon pembeli harus mendatangi tempat penjualan untuk mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, sekarang dapat dilakukan dengan lebih modern dimana pengunjung dapat memperoleh informasi atau memesan barang yang diinginkan melalui *internet*.

Keuntungan yang ditawarkan *e-commerce* sangat banyak. Dengan menerapkan sistem *e-commerce*, suatu perusahaan dapat memperluas daerah pemasarannya dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Keuntungan lain yang didapat dari sistem *e-commerce* adalah memungkinkan calon pembeli untuk berbelanja atau bertransaksi lain selama 24 jam kapanpun dan dimanapun lokasinya, hal ini disebabkan oleh teknologi *internet* yang tidak mempunyai batas jarak dan waktu.

Toko musik Maestro adalah salah satu toko musik yang berada di D.I. Yogyakarta. Permasalahan yang muncul dari toko ini adalah lokasi yang kurang menguntungkan untuk menarik calon pembeli serta terbatasnya luas toko untuk

memasarkan produknya, mengakibatkan keuntungan yang diperoleh tidak maksimal.

Dari permasalahan di atas, penerapan *e-commerce* tentunya akan sangat menguntungkan bagi toko tersebut. Diharapkan dengan berbagai keuntungan yang ditawarkan *e-commerce*, segala permasalahan yang muncul bisa teratasi dan keuntungan yang didapat toko bisa maksimal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah :
Bagaimana cara meningkatkan daya saing toko musik Maestro terhadap usaha sejenis dengan menggunakan media *internet* ?

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak melebar dan terlalu luas, maka dibatasi hanya pada :

a. Data yang dapat diakses pengunjung:

1. Home

Halaman utama *website* yang berisi ucapan selamat datang dan daftar beberapa produk yang ditinggalkan.

2. Produk

Halaman *website* yang berisi produk-produk yang ditawarkan.

3. Cara Pembelian

Halaman *website* yang berisi tata cara pemesanan produk dan peraturan-peraturan yang ada di dalam *website*.

4. Bantuan

Fitur *website* yang digunakan untuk membantu pengunjung dalam memilih produk dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai kriteria produk yang ingin dipesan.

5. *Term & Condition*

Halaman untuk menampilkan syarat-syarat yang berlaku di *website* toko musik Maestro.

6. *About Us*

Halaman *website* yang digunakan untuk mengetahui informasi toko.

7. Daftar

Digunakan untuk mendaftar sebagai *member* baru.

b. Data yang dapat diakses *member*:

1. Profil

Halaman yang digunakan untuk melihat profil *member*

2. *Edit Profil*.

Halaman yang digunakan untuk merubah data *member*.

3. *Edit Akun*

Halaman yang digunakan untuk merubah akun *member*.

4. *Shopping Cart*

Halaman yang berisi produk yang akan dipesan.

5. Pemesanan

Halaman yang berisi status pemesanan yang dilakukan *member*.

6. Pembayaran

Halaman yang digunakan untuk melakukan pembayaran pemesanan.

c. Data yang dapat diakses *admin*:

1. Home

Halaman utama *admin*.

2. *Member*

Pengolahan data *member*.

3. Produk

Pengolahan data produk

4. Pemesanan

Pengolahan data pemesanan

5. Komentar

Pengolahan data komentar.

6. Kota & Provinsi

Pengolahan informasi kota & provinsi

7. Biaya Kirim

Pengolahan informasi biaya kirim.

8. Bank

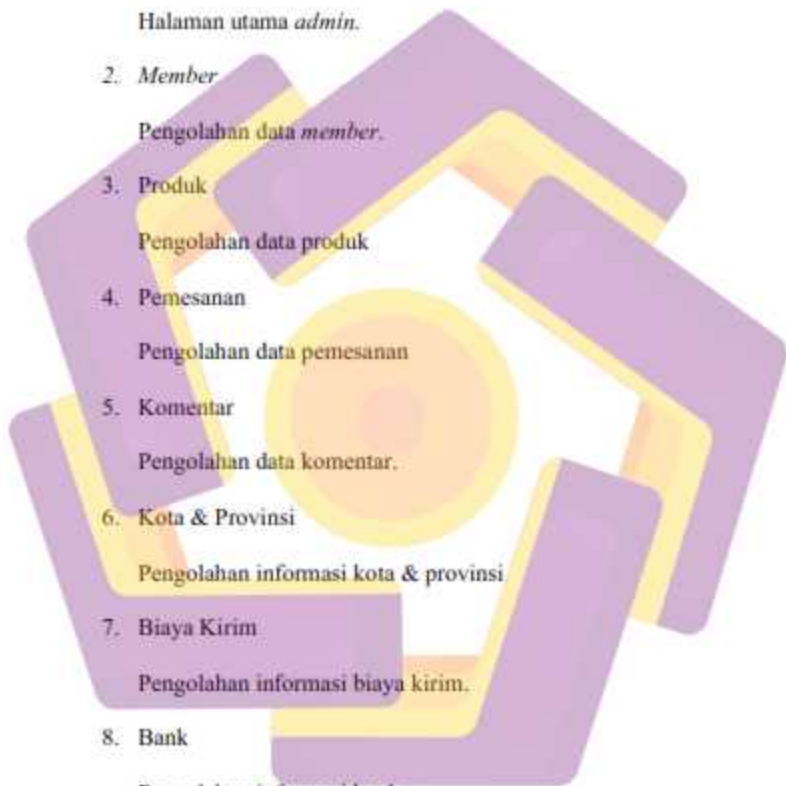
Pengolahan informasi bank.

9. Kategori

Pengolahan informasi kategori

10. Merk

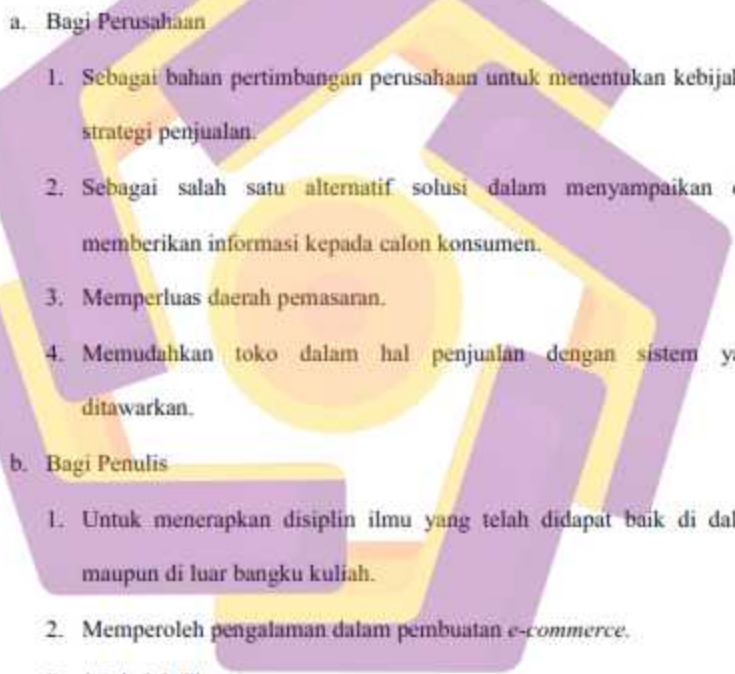
Pengolahan informasi merk.



1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara meningkatkan daya saing toko musik Maestro terhadap usaha sejenis dengan menggunakan media *internet*

1.5 Manfaat Penelitian

- 
- a. Bagi Perusahaan
 1. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menentukan kebijakan strategi penjualan.
 2. Sebagai salah satu alternatif solusi dalam menyampaikan dan memberikan informasi kepada calon konsumen.
 3. Memperluas daerah pemasaran.
 4. Memudahkan toko dalam hal penjualan dengan sistem yang ditawarkan.
 - b. Bagi Penulis
 1. Untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah didapat baik di dalam maupun di luar bangku kuliah.
 2. Memperoleh pengalaman dalam pembuatan *e-commerce*.
 - c. Bagi Sekolah Tinggi
 1. Sebagai tambahan informasi serta referensi di perpustakaan.
 - d. Bagi Pembaca
 1. Menambah pengetahuan dan pemahaman pembaca mengenai pembuatan *e-commerce*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub tertentu yang saling berkaitan. Jadi setiap bab saling melengkapi dan berhubungan satu sama lain, sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Untuk lebih jelasnya sistematika pembahasan tiap-tiap bab adalah sebagai berikut .

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi mengenai landasan-landasan teori yang digunakan dan diterapkan dalam melakukan penulisan skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai analisa perancangan perangkat lunak yang akan dibuat mulai dari gambaran umum perancangan program dan fasilitas yang digunakan dalam program ini.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai implementasi dari sistem baru dengan perangkat lunak dan perangkat keras yang cocok.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan beberapa kesimpulan mengenai rancangan sistem yang disusun dan juga saran-saran untuk mengembangkan rancangan ini lebih lanjut dimasa mendatang.

