

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan dalam bidang teknologi telah mengubah cara orang dalam melaksanakan semua aktivitasnya. Pekerjaan-pekerjaan yang dahulu dilakukan secara manual atau dengan pemikiran dan pekerjaan manusia dan membutuhkan waktu yang sangat lama, telah dirubah dengan digunakannya teknologi komputer dan media internet yang dapat mengolah data lebih cepat serta dengan begitu mudahnya mengkoneksikan seluruh masyarakat di dunia sehingga memperoleh hasil yang lebih baik serta lebih efisien dalam penggunaan waktu. Perkembangan teknologi tersebut telah diterapkan diberbagai bidang, salah satunya yaitu bidang penjualan yang berbasis web.

Pada dasarnya sebuah toko penjualan memiliki kriteria tertentu untuk menjadi toko yang ideal agar tercapainya tujuan. Hal itu dapat dilihat dari bagaimana cara toko tersebut mempromosikan produknya, pelayanan karyawan terhadap konsumen dan seberapa tertariknya masyarakat terhadap produk yang dijual. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media dan berbagai cara tanpa mengurangi kualitas dari produk. Hal-hal yang dianggap penting sebagai pendukung keberhasilan sebuah usaha adalah lokasi, produk dan pelayanan. Pertama, lokasi yang berada di tengah kota akan lebih ramai dikunjungi konsumen karena mudah dijangkau masyarakat. Jika lokasi berada jauh dari pemukiman penduduk, maka masyarakat akan malas mengunjungi toko tersebut. Kedua,

produk-produk yang dijual harus berkualitas dengan model yang *up to date* dan harganya dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Ketiga, pelayanan karyawan kepada konsumen harus bernilai baik dengan respon yang cepat dan ramah. Dengan kondisi yang demikian, konsumen akan semakin bertambah sehingga usaha akan semakin maju.

Dalam Naia Boutique Yogyakarta, ditemukan bahwa kurangnya kegiatan promosi produk. Produk yang dijual berkualitas dengan harga yang terbilang murah, namun karena kurangnya kegiatan promosi, maka tidak banyak masyarakat yang mengetahuinya. Butik tidak memiliki cabang lain hanya terdapat di Yogyakarta terletak di tengah kota namun sampai saat ini belum memiliki banyak konsumen dan pelanggan tetap.

Oleh karena itu peran *e-commerce* dalam kemajuan usaha sangatlah penting. Portal *e-commerce / e-shop* tidak sekedar portal belanja, tapi menjadi tempat berkumpulnya komunitas dengan membangun basis komunitas, membangun konsep pasar bukan sekedar tempat jual beli dan sebagai pusat informasi, pengelolaan yang berorientasi pada pelayanan, kombinasi konsepsi pelayanan konvensional dan virtual : Responsif (respon yang cepat dan ramah), informasi yang *up to date*, komunikasi multi-arah yang dinamis.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, permasalahan yang dihadapi yaitu:

Bagaimana meningkatkan jumlah penjualan Naia Boutique Yogyakarta serta bagaimana kegiatan promosi butik dapat diketahui oleh masyarakat luas, baik yang berada di dalam maupun luar kota Yogyakarta.

### 1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang ada dan agar hasilnya lebih optimal dan tepat sasaran, maka informasi yang dihasilkan adalah :

1. Contact Naia Boutique Yogyakarta
2. Contoh produk berupa gambar
3. Keterangan produk berupa harga, bahan, berat dan ukuran
4. Cara pemesanan dan cara pembayaran

Data yang diolah adalah :

1. Gambar produk
2. Nama barang
3. Stok barang
4. Keterangan produk berupa harga, bahan, berat dan ukuran
5. Keterangan tambahan

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah :

1. Untuk menghasilkan suatu situs web dinamis yang dapat menyajikan informasi barang di Naia Boutique Yogyakarta.

2. Untuk merancang dan membangun suatu aplikasi *e-commerce* yang memiliki fasilitas penjualan dan pengiriman barang.
3. Sebagai syarat kelulusan strata satu di STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Dapat memperoleh data yang dapat digunakan sebagai langkah awal untuk membuat sistem informasi dan penjualan berbasis web yang praktis dan mudah untuk melakukan proses jual beli.
- b. Dapat menampilkan informasi selama 24 jam, dan dapat dijadikan daya saing dan media promosi ke masyarakat luas, serta dapat menaikkan omset penjualan.

### **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Penelitian Lapangan**

Metode penelitian ini dilakukan langsung pada objek penelitian, data serta keterangan yang dikumpulkan dilakukan dengan cara :

a) Pengamatan (Observasi)

Penulis melakukan pengamatan untuk mendapatkan data secara umum dengan melihat langsung, mengamati dan mencatat sistem yang sedang berjalan saat ini.

b) Wawancara (Interview)

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan dialog langsung dengan narasumber yaitu pemilik Naia Boutique Yogyakarta dan juga beberapa karyawannya.

c) Metode studi pustaka

Metode ini dilakukan dengan cara membaca buku-buku sumber dan dokumen-dokumen yang mempunyai kaitan dengan penyusunan karya tulis ini, agar kekurangan informasi dan data dapat dilengkapi

