

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebijakan relokasi yang terjadi di Teras Malioboro membuat para pedagang merasakan dampak pada semua aspek. Kebijakan ini berdampak pada dampak individual, dampak organisasional, dampak terhadap masyarakat, serta dampak terhadap lembaga dan sistem sosial. Hal ini berdampak signifikan pada aspek dampak individual yakni dampak psikis, lingkungan, sosial, dan terutama pendapatan. Pedagang kini mengalami penurunan jumlah pendapatan. Jumlah pengunjung yang tidak stabil dan tidak sebanyak sebelum relokasi dikarenakan kurangnya pengenalan terhadap Teras Malioboro (Yunitasari, 2019). Hal ini dibuktikan pada data jumlah pengunjung Teras Malioboro sejak bulan Maret hingga Agustus 2022. Permasalahan yang baru ini belum banyak yang mengungkap evaluasi dampak kebijakan tersebut.[1]

Bella Craft merupakan usaha dibidang kerajinan tangan yang sudah berjalan sejak tahun 2013. Usaha yang diawali dengan berjualan di Selasar Malioboro, saat ini mengalami penurunan omset dikarenakan terdampak relokasi ke Teras Malioboro 2. Dengan permasalahan itu diperlukan sistem informasi yang dapat membantu penjualan Bella Craft. Sistem pemasaran *face to face selling* yang diterapkan oleh Bella Craft selama ini masih kurang optimal, terlebih setelah adanya relokasi.

Media promosi adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan jumlah pengunjung hingga jumlah pendapatan. Melalui promosi online akan lebih mudah untuk memperkenalkan produk secara lebih luas serta meningkatkan daya beli. Media dalam bentuk Website e-commerce dapat digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan.[1]

Sistem pemesanan produk melalui web mobile menjadi salah satu solusi online marketing untuk membantu transaksi penjualan produk pada Bella Craft. Adanya sistem digitalisasi berbasis web mobile bermanfaat

untuk mempermudah promosi produk dan memperluas pangsa pasar. Digital sistem pemesanan dalam bentuk elektronik berbasis web mobile dapat menjangkau berbagai pihak terhadap penjual dan konsumen tanpa ada batasan jarak dan waktu.[2]

Dari latar belakang di atas dibutuhkan solusi digital untuk meningkatkan penjualan. Sistem informasi yang akan dibuat berupa website e-commerce berbasis web mobile sebagai alat pemesanan produk secara online. fitur dalam sistem informasi yang dibuat bisa dikembangkan sesuai kebutuhan bisnis dan memiliki platform penjualan sendiri membuat Bella Craft lebih dipercaya melalui identitas merek. Bella Craft juga memiliki kontrol penuh terhadap fitur sistem seperti data pelanggan, pengelolaan stok, hingga laporan pemesanan. Metode perancangan sistem menggunakan metode Waterfall dikarenakan metode ini kualitas sistem yang dihasilkan akan baik karena prosesnya dilakukan secara bertahap dan cocok digunakan untuk proyek pembuatan sistem baru serta pengembangan sistem atau perangkat lunak berskala besar.[3]

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian ini

1. Bagaimana merancang serta membangun sistem informasi berbasis web mobile sebagai sarana memudahkan pemesanan dan pengelolaan produk Bella Craft?

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada usaha Bella Craft.
2. Penelitian ini melihat bagaimana sistem pemesanan produk Bella Craft melalui web mobile dapat memudahkan pemesanan dan meningkatkan penjualan.
3. Sistem web mobile yang dikembangkan fokus untuk pelanggan Bella Craft untuk memberikan informasi produk secara *real-time*, menampilkan detail

pemesanan, dan pembayaran produk secara online.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan masalah di latar belakang

1. Merancang dan mengembangkan sistem pemesanan berbasis web mobile.
2. Menguji sejauh mana sistem web mobile dapat meningkatkan efisiensi transaksi penjualan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan penjualan Bella Craft melalui sistem pemesanan berbasis web mobile, meningkatkan efisiensi transaksi, serta referensi bagi setiap Usaha Mikro dalam memanfaatkan pemasaran digital.

1.6 Sistematika Penulisan

Gambaran menyeluruh terhadap permasalahan yang menjadi pembahasan dalam Skripsi ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terbagi dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi studi literatur berisi dan dasar-dasar teori.

BAB III METODE PENELITIAN, didalamnya terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, alat dan bahan penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini merupakan tahapan Analisis dan Perancangan, Perancangan dan Implementasi, serta Pengujian sistem yang dibuat.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran dari proses perancangan dan saran untuk perbaikan sistem informasi yang telah dibuat untuk menjadi sistem informasi yang lebih baik di masa mendatang.