

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia IT (*Information Technology*) sekarang ini demikian pesatnya, apalagi dibidang internet. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya kalangan pengguna internet, meluasnya jangkauan internet hingga ke berbagai pelosok, serta semakin mudahnya untuk mengakses internet tersebut. Menurut hasil survey yang dilaksanakan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2016 lalu, penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai angka 132,7 juta pengguna dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 256,2 juta orang, dimana pada tahun 2014 hasil survey menunjukkan hanya 88,1 juta jumlah pengguna internet dari total 252,4 juta penduduk Indonesia.



Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia

(Sumber: APJII, 2016)

Salah satu kegunaan teknologi internet dalam bidang bisnis dan pada khususnya pada bidang marketing yaitu mempromosikan produk-produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan ataupun instansi yang biasa lebih dikenal dengan istilah *Electronic Commerce*. Menurut Turban dkk, *Electronic Commerce (E-commerce)* merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Nuryanti, 2013) [1].

Menurut yang dituturkan Jauhari, penggunaan computer dalam bidang pemasaran dan penjualan dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan pesatnya. Di lanjutkan dengan teori yang disampaikan Jinling dan Quaddus, dengan adanya internet proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Kini hampir semua lapisan masyarakat sudah sangat terbiasa dengan web ini, karena hampir segala jenis informasi bisa diperoleh. Teknologi informasi merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan mikro, kecil maupun menengah dapat memasuki pasar global (Nuryanti, 2013)[1].

Niranjanamurthy M, dkk dalam jurnalnya yang berjudul "*Analysis of E-commerce and M-Commerce: Advantages, Limitations and Security issues*" menyatakan dalam perkembangan dunia teknologi yang sangat cepat ini sangat penting untuk beradaptasi dengan penggunaan sistem informasi untuk mendapatkan keuntungan dalam menerapkan *E-commerce* yang tidak didapatkan dari metode tradisional *brick and mortar* seperti memberikan keleluasaan kepada

pelanggan untuk tidak perlu datang ke tempat untuk membeli produk yang diinginkan, menyalurkan informasi secara cepat ke pelanggan, dan mengurangi biaya promosi dengan jangkauan yang luas dibanding promosi secara tradisional[2].

Damelan Jawa merupakan salah satu kerajinan tangan yang berdiri pada bulan Maret 2015. Damelan Jawa beralamatkan di Jl. Ngasem gede ruko no.1 Depok Sleman Yogyakarta. Dengan mengusung konsep daur ulang ramah lingkungan dan menjadi sebuah kerajinan tangan yang dapat dijual dan dipasarkan. Media pemasaran Damelan Jawa saat ini melalui media instagram dan juga Whatsapp dengan sistem pemesanan barang dan pencatatan transaksi masih berjalan manual. Pemilik menginginkan bahwa dalam sistem yang akan dibuat ini dapat melakukan transaksi sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian dan juga memudahkan penjual dalam mengelola produknya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dibutuhkan kehadiran sebuah sistem informasi penjualan berbasis website yang dapat memudahkan konsumen mendapatkan informasi barang serta melakukan pemesanan, meningkatkan mutu pelayanan dan menghasilkan laporan data pembeli. Oleh karena itu, penelitian berjudul Perancangan dan Pembuatan Website *E-commerce* pada UKM Damelan Jawa yang dapat membantu pihak dari Damelan Jawa maupun konsumen dari Damelan Jawa.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Merancang dan Membuat Website *E-commerce* pada UKM Damelan Jawa sebagai Media Promosi”

## 1.3 Batasan Masalah

Agar tercapai tujuan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka diperlukan suatu batasan masalah yang membatasi masalah-masalah yang akan dicoba untuk mendapatkan solusinya. Untuk memperjelas cakupan permasalahan dalam penelitian ini, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Pengguna website ini adalah pemilik, pelanggan dan calon pelanggan Damelan Jawa.
2. Website *E-commerce* yang dirancang merupakan tipe *E-commerce* B2C (*Business to Customer*).
3. Website *E-commerce* ini dirancang hingga tahap uji.
4. Website *E-commerce* yang hanya menerima pembayaran produk melalui Transfer via Bank.
5. Tidak membahas keamanan sistem
6. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP (Hypertext Preprocessor) versi 5.5.38, MySQL versi 5.0.1 sebagai *database server*, serta Apache sebagai *webserver* yang dikemas dalam software XAMPP Versi 5.6.30.



7. Browser yang direkomendasikan untuk menjalankan website *E-commerce* ini adalah browser Mozilla Firefox, Google Chrome, dan Safari versi terbaru
8. Sistem Operasi yang digunakan bebas, selama bisa menjalankan browser yang telah disebutkan di atas
9. Text editor yang digunakan pada pembuatan website *E-commerce* ini adalah Sublime Text 3
10. Website ini menampilkan informasi yang berhubungan dengan produk yang pernah dan akan dijual oleh Damelan Jawa

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

##### **1.4.1 Maksud**

Maksud diadakannya penelitian ini adalah untuk mempermudah konsumen dan juga calon konsumen Damelan Jawa dalam melihat portofolio produk Damelan Jawa dan melakukan pemesanan secara Online.

##### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Merancang sekaligus membuat website *E-commerce* yang dapat membantu dalam melakukan aktivitas penjualan dan promosi secara online pada Damelan Jawa
2. Mempermudah konsumen dalam melihat produk yang pernah dan akan dijual oleh Damelan Jawa secara online.
3. Sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar kesarjanaan komputer pada jurusan Teknik Informatika UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Metode Pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan secara langsung dari objek. Dalam metode pengumpulan data terdapat beberapa metode-metode yang menunjang pembentukan website *E-commerce*, antara lain sebagai berikut:

1. Metode Interview (Wawancara)

Merupakan metode mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung terhadap pemilik usaha agar mendapatkan informasi secara terperinci.

2. Metode Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian terutama dalam kegiatan pelayanan terhadap pelanggan

### **1.5.2 Metode Analisis**

#### **1.5.2.1 Metode Analisis PIECES**

Metode analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi factor-faktor dilihat dari enam variabel yaitu *Performance* (Performa), *Information* (Informasi), *Economic* (Ekonomi), *Control* (Keamanan), *Efficiency* (Efisiensi), dan *Service* (Pelayanan).

#### **1.5.2.2 Analisis Kebutuhan Fungsional**

Analisis ini adalah Analisa terhadap kebutuhan sistem secara fungsional atau kebutuhan-kebutuhan fitur yang ada pada aplikasi.

### 1.5.2.3 Analisis Kebutuhan non Fungsional

Analisis ini merupakan analisa terhadap kebutuhan sistem berupa *hardware*, *software*, serta *brainware* (pengguna).

## 1.5.3 Metode Perancangan

### 1.5.3.1 ERD (Entity Relational Diagram)

ERD adalah diagram untuk menggambarkan desain konseptual dari model suatu bisnis data rasional

### 1.5.3.2 DFD (Data Flow Diagram)

DFD adalah diagram untuk menggambarkan arus dari data pada suatu sistem, yang penggunaannya sangat terbantu untuk memahami sistem secara logika, terstruktur dan jelas.

### 1.5.4 Metode Pengembangan

Pada tahapan pengembangan ini menggunakan konsep *Rapid Application Development* (RAD) adalah salah satu metode pengembangan suatu sistem informasi dengan waktu yang relative singkat. Metode RAD mempunyai 4 (empat) tahapan utama seperti:

1. Rencana Kebutuhan (*Requirement Planning*)
2. Proses Desain (*Design Workshop*)
3. Implementasi (*Implementation*)
4. Tahapan keseluruhan

### 1.5.5 Metode Testing

Melakukan pengujian terhadap sistem atau aplikasi yang telah dibuat dengan beberapa indikator, antara lain :

1. Pengujian Aktivitas Customer dan Admin
2. Pengujian Kesesuaian (*Compatibility Testing*)
3. Pengujian Responsive Web
4. Pengujian Kinerja Website (*Website Performance Testing*)
5. Wawancara dengan Pemilik Usaha

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka dan teori-teori dasar yang digunakan dalam pembuatan website *E-commerce* ini.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini membahas tahapan utama apa saja yang dilakukan dalam penyusunan skripsi mengenai gambaran objek penelitian, permasalahan dan perancangan sistem.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil dari implementasi pembuatan aplikasi serta pengujian guna mengetahui apakah aplikasi sudah bekerja dengan baik sesuai dengan perancangan yang dilakukan sebelumnya



## **BAB V      PENUTUP**

Penutup berisi kesimpulan tentang aplikasi yang dibuat serta memberikan saran yang sekiranya berguna untuk pengembangan aplikasi tersebut selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi daftar sumber dan literatur, baik itu buku, jurnal ataupun artikel dari internet yang menjadi acuan dan referensi untuk penyusunan dan pembuatan skripsi ini.

