

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan elektronik (*E-commerce*) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan teknik transaksi penjualan yang dimungkinkan oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih. Menggunakan teknologi informasi secara maksimal dapat membantu bisnis menghasilkan kertas laporan transaksi secara otomatis dan mempercepat prosedur bisnis yang sedang berjalan. Sebuah situs *web* yang menjual berbagai produk dan layanan menggunakan elektronik sebagai sarana untuk menampilkan informasi selama transaksi komersial dikenal sebagai situs *web e-commerce* (Putra, Padilah, dan Carudin 2022).

Berlokasi di Bengkong Indah II blok F nomor 01, Bengkong, Batam, Kepulauan Riau, *Zifa Beauty* merupakan toko yang menawarkan berbagai produk perawatan kulit dan parfum. Karena toko ini dijaga ketat oleh keluarga pemiliknya, toko ini buka setiap hari mulai pukul 09.00-21.00 WIB dan tidak tutup pada hari libur. Toko ini membantu banyak pelanggan yang mengunjungi toko secara pribadi sebagai bagian dari upaya penjualannya. Oleh karena itu, karena tidak ada barang yang dijual, tidak akan ada pendapatan penjualan jika tidak ada orang yang datang.

Pengolahan data masih dilakukan secara manual, sesuai dengan pengamatan yang dilakukan di toko tersebut. Misalnya, barang yang terjual masih dicatat di buku penjualan, dan Anda harus memeriksa setiap barang satu per satu untuk menentukan persediaan produk perawatan kulit dan wewangian. Karena hal

ini tentu saja dapat memperlambat atau mengurangi efektivitas proses manajemen bisnis, dikhawatirkan faktor kesalahan manusia-seperti memungkinkan catatan salah tempat, terlupa atau salah tulis karena masih ditulis di buku akan muncul dan berakibat fatal bagi kelangsungan bisnis Toko *Zifa Beauty*.

Selain itu, pemilik toko masih kesulitan untuk memasarkan barang dagangannya kepada konsumen karena strategi promosi yang ia lakukan hanya menggunakan media sosial, khususnya *Facebook*. Ia menggunakan platform tersebut untuk mengiklankan barang dagangannya secara langsung kepada pengguna *Facebook* dan bahkan ikut mengisi kolom komentar di grup di *Facebook* dengan barang dagangannya yang paling laris. Toko ini juga menggunakan pemasaran tradisional, yaitu dengan membagikan brosur. Meskipun cara ini efektif di lingkungan sekitar, namun ini bukanlah pendekatan terbaik untuk era *modern* karena tidak semua kalangan dapat mengetahui toko tersebut, yang tentunya akan berdampak pada penjualan produk perawatan kulit dan wewangian.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang berjudul "Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Duta Parfum Berbasis *Web*", yang dilakukan oleh Muhammad Fathur Payuda, Egie Hermawan, dan Mochammad Aldisetya (Prayuda et al. 2020a) Penelitian ini akan menggunakan teknik sekuensial linier untuk mengembangkan sistem informasi berbasis *web*. *Visual Studio Code* akan digunakan sebagai *editor* teks untuk tahap implementasi, bersama dengan *PHP* untuk pemrograman dan *MySQL* untuk organisasi *RDBMS*. Pengujian *black-box* adalah prosedur yang digunakan dalam proses pengujian. Temuan dari penelitian

ini dapat mendukung penjualan PT Duta *Perfume* dengan menggunakan teknologi *e-commerce* untuk pemasaran *online*.

Selain itu, penelitian "Perancangan *Website* Penjualan Kosmetik" oleh Febryantahanuji, Haryo Kusumo, dan Sindhu Rakasiwi (Febryantahanuji, Kusumo, dan Rakasiwi 2022). *PHP* adalah program yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan *MySQL* adalah basis datanya. Temuan penelitian ini mengarah pada pengembangan *e-commerce* sebagai alat penjualan dan promosi berbasis *web* seluler yang dapat memfasilitasi pembelian dan penjualan produk di dalam toko serta memperluas cakupan promosi di luar Kota Kendal.

Untuk merampingkan proses penjualan-khususnya pembuatan laporan penjualan-sebuah sistem informasi penjualan harus dikembangkan. Selain itu, sistem ini juga dapat berfungsi sebagai media promosi penjualan produk perawatan kulit dan wewangian. *Model V-Shaped* adalah pendekatan pengembangan linier khusus yang digunakan dalam siklus hidup pengembangan perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini (Chandra, Kosdiana, dan Riastuti 2022). Interaksi antara tindakan penjaminan kualitas dan pemodelan, komunikasi, dan aktivitas pengembangan awal ditunjukkan oleh model V.

Dengan tujuan untuk memberikan informasi yang dapat meningkatkan penjualan, Toko *Zifa Beauty* membangun sebuah sistem informasi penjualan yang nantinya dapat memberikan informasi data penjualan, laporan penjualan, stok barang, promosi, administrasi database, dan transaksi penjualan. Perancangan sistem ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kinerja Toko *Zifa Beauty* dalam hal penjualan, pengelolaan data, dan promosi. Dengan demikian, dengan mempertimbangkan permasalahan yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian yang berjudul **“RANCANG BANGUN APLIKASI E-COMMERCE BERBASIS WEB PADA TOKO ZIFA BEAUTY”**

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Proses penjualan produk masih ditulis pada buku penjualan sehingga kurang efektif
2. Untuk mengetahui stok produk *skincare* dan *parfume* yang ada masih harus mengecek satu-satu produk tersebut sehingga sering terjadi kesalahan human error
3. Promosi yang digunakan dengan menggunakan sosial media yaitu *Facebook* dan brosur yang sangat tidak efisien

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka permasalahan dibatasi sebagai berikut :

1. *E-commerce* yang di rancang berisi informasi produk – produk penjualan, harga produk, deskripsi produk, serta jenis – jenis produk yang di simpan dalam beberapa kategori produk
2. Rancangan aplikasi yang dibangun hanya sebatas pemesanan, promosi dan penyebaran informasi mengenai produk

1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian Latar Belakang Masalah di atas, dapat didefinisikan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Merancang Aplikasi *E-commerce* Berbasis *Web* Pada Toko *Zifa Beauty* ?
2. Bagaimana Membangun Aplikasi *E-commerce* Berbasis *Web* Pada Toko *Zifa Beauty* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Merancang Aplikasi *E-commerce* Berbasis *Web* Pada Toko *Zifa Beauty*
2. Untuk Membangun Aplikasi *E-commerce* Berbasis *Web* Pada Toko *Zifa Beauty*

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat potensial dari penelitian ini terlihat jelas dalam aplikasi teoritis dan praktisnya.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Secara teori, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga untuk penelitian yang relevan di masa depan, dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan memajukan pengetahuan, ide, dan informasi,

khususnya yang berkaitan dengan pengembangan aplikasi *e-commerce* berbasis *web*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Dari sudut pandang praktis, diharapkan penelitian yang telah diselesaikan dapat membantu:

1. Keuntungan bagi para peneliti: Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memperluas pemahaman dan pengalaman dalam pengembangan dan implementasi sistem penjualan berbasis *web* dalam bisnis. menyadari kapasitas siswa untuk menyerap dan menggunakan informasi yang mereka peroleh selama di perguruan tinggi.
2. Keuntungan bagi Pemilik Toko: Toko dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai masukan dan pertimbangan untuk membantu mereka memasarkan barang-barang yang mereka sediakan kepada konsumen dan menerapkan aplikasi sistem informasi penjualan yang memudahkan mereka dalam berbisnis dengan pelanggan.
3. Manfaat bagi kampus antara lain sebagai dasar dan sumber informasi untuk penelitian di masa depan, menilai penguasaan mahasiswa terhadap topik yang dibahas dalam perkuliahan, menentukan penerapan pengetahuan teoritis, dan menjadi dasar untuk mengevaluasi materi yang telah diajarkan sebelumnya.