

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Shift - Pemuda Hijrah Indonesia adalah sebuah yayasan yang berdiri pada tahun 2015 dan bergerak dalam bidang keagamaan dan sosial. Nama Shift sendiri sudah sangat familiar di kalangan anak muda, hal ini dibuktikan dengan 1.9 juta akun yang telah menjadi pengikutnya di media sosial Instagram. Bahkan kita dapat mengatakan bahwa gerakan ini ialah salah satu gerakan yang paling berkontribusi dalam menjadikan hijrah menjadi sebuah tren di kalangan anak muda, hal ini terbukti dengan banyaknya gerakan – gerakan keagamaan lain di berbagai kota di Indonesia yang berusaha menyerupai gaya dan pendekatan yang selama ini Shift gunakan.

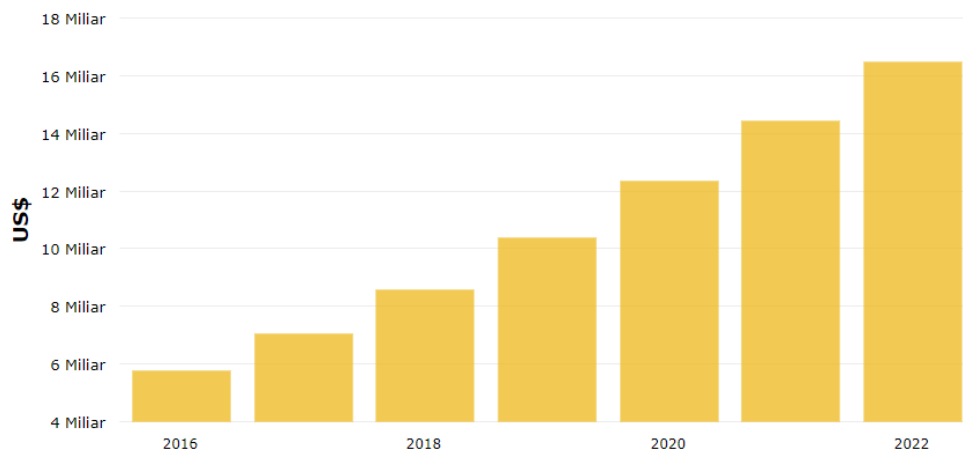
Untuk mendukung kegiatan operasionalnya Shift membentuk sebuah unit usaha bernama Shift Merch, Shift Merch menjual berbagai macam jenis produk *merchandise*, dari mulai topi, baju, tas, sandal, dan berbagai jenis produk lainnya. Dalam upaya penjualan produknya Shift Merch memilih media sosial Instagram sebagai media promosi dan pemasarannya, bukan tanpa alasan tetapi memang di media sosial Instagram inilah para pengikut Shift banyak bernaung. Shift Merch juga menggunakan media sosial Whatsapp untuk melayani pemesanan konsumennya. Selain itu Shift Merch menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel untuk melakukan pengolahan data transaksinya.

Tentu saja pemakaian ketiga hal ini kurang begitu efektif, benar apabila dikatakan bahwa media sosial Instagram merupakan tempat yang paling ideal bagi Shift Merch melakukan promosi, tetapi sayangnya media sosial ini tidak bisa menampilkan detail stok barang terkini sehingga calon konsumen yang berminat pun harus terlebih dahulu mengonfirmasi pihak Shift Merch melalui media sosial Whatsapp. Setelah calon konsumen menghubungi Shift Merch melalui Whatsapp untuk mengkonfirmasi ketersediaan dari barang yang mereka inginkan, tidak jarang mereka harus menunggu lumayan lama untuk mendapat balasannya. Lamanya balasan yang diterima calon konsumen ini disebabkan karena mereka bukan satu – satunya orang yang mencoba menghubungi Shift Merch, selain itu juga lamanya balasan ini disebabkan karena di media sosial ini pulalah terjadinya kegiatan pemesanan, pengembalian barang, konfirmasi pembayaran, dan sebagainya. Begitupula dengan penggunaan perangkat lunak Microsoft Excel sebagai media pengolahan data transaksi, penggunaan perangkat lunak ini dirasa dapat membuka peluang adanya kesalahan masukan data, dan adanya redudansi data.

Prihatin melihat terjadinya hal – hal diatas maka penulis menyarankan penerapan sebuah teknologi *E-Commerce*, dengan harapan teknologi *E-Commerce* tersebut akan memberikan banyak keuntungan, seperti memperluas jangkauan pasar, mempermudah kegiatan penjualan dan pembelian, mempermudah manajemen barang dan transaksi, dan banyak hal lainnya. Sebenarnya penggunaan teknologi *E-Commerce* bisa dibbilang sudah menjadi keharusan di era digital saat ini. Terlebih mengingat penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat, seperti yang diterangkan Kompas pada tahun 2017 bahwa jumlah

pengguna internet sudah mencapai 143.26 juta jiwa, jumlah ini naik dibandingkan tahun 2016 yang tercatat mencapai 132.7 jiwa. Jumlah pengguna internet di tahun 2017 tersebut telah mencapai 54.68 persen dari total populasi Indonesia. Belum lagi Indonesia pada tahun 2019 ini menduduki peringkat ke-6 di Dunia dalam jumlah pemakaian internet. Begitu pula dengan agresivitas teknologi *E-Commerce* yang berbanding lurus dengan jumlah pengguna internet di Indonesia. Pada tahun 2018 situs katadata.co.id melakukan perhitungan dan mencoba memprediksi kenaikan transaksi *E-Commerce* di Indonesia hingga tahun 2022, hasil perhitungan dan prediksi tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah.

Penjualan e-Commerce Indonesia (2016-2022E)



**Gambar 1.1 Prediksi Perkembangan Transaksi E-Commerce
(Sumber databoks.katadata.co.id)**

Gambar di atas menunjukkan transaksi *E-Commerce* di Indonesia pada tahun 2022 diperkirakan akan tumbuh sebesar 133.5% apabila dilihat dari posisinya di tahun 2017. Pertumbuhan ini ditopang oleh kemajuan teknologi yang tentu saja memberikan kemudahan berbelanja bagi calon konsumen. Sebenarnya bukan hanya

kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi, tetapi kemajuan teknologi juga menawarkan pengalaman berbelanja yang baru kepada calon konsumen dan ini juga salah satu alasan berkembang pesatnya transaksi E-Commerce di Indonesia.

Maka berdasarkan apa yang telah dipaparkan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan teknologi *E-Commerce* pada penjualan *merchandise* Shift – Pemuda Hijrah akan berdampak positif. Tentu saja tujuan dari penerapan teknologi ini ialah agar Shift Merch dapat terus berkompetisi dengan para pesaingnya di era digital saat ini. Selain itu penerapan teknologi ini juga bertujuan untuk membenahi manajemen barang dan transaksi yang saat ini berjalan di Shift Merch, tidak lupa penerapan teknologi ini ditujukan untuk menjaga tren penjualan yang saat ini sedang meningkat pada penjualan produk Shift Merch.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian di atas, terdapat beberapa masalah yang dapat penulis identifikasi, di antaranya:

1. Sistem penjualan yang saat ini sedang berjalan di Shift Merch belum menggunakan sistem informasi penjualan berbasis komputer yang terintegrasi, hal ini tentu saja menyebabkan lambatnya kegiatan transaksi penjualan dan pembelian yang ada di dalam perusahaan.
2. Pengolahan data barang / produk dan data transaksi yang saat ini sedang berjalan masih menggunakan aplikasi Microsoft Excel, hal ini memungkinkan terjadinya banyak kesalahan masukan data dan redundansi data.

3. Pencatatan transaksi pembelian dan penjualan barang / produk masih ditulis tangan di kertas, lalu setelah ditulis catatan transaksi tersebut dipindahkan ke aplikasi Microsoft Excel, hal ini tentu saja kurang baik karena memungkinkan salahnya penghitungan dan tercecernya catatan transaksi itu sendiri.
4. Kegiatan konfirmasi ketersediaan barang / produk, pemesanan barang, konfirmasi pembayaran dan pengajuan retur barang yang dilakukan konsumen masih menggunakan media Whatsapp, tentu saja hal ini cukup memakan waktu pihak Shift Merch untuk melayani konsumennya terlebih konsumen – konsumennya tersebut tidak sedikit selain itu tentu saja mereka pun memiliki maksud dan tujuan yang berbeda – beda.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di jabarkan diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem penjualan yang saat ini sedang berjalan di Shift Merch.
2. Bagaimana perancangan sistem informasi penjualan berbasis web atau biasa disebut teknologi *E-Commerce* pada Shift Merch.
3. Bagaimana pengujian sistem informasi penjualan berbasis web atau biasa disebut teknologi *E-Commerce* pada Shift Merch.
4. Bagaimana implementasi sistem informasi penjualan berbasis web atau biasa disebut teknologi *E-Commerce* pada Shift Merch.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis ini bermaksud untuk menerapkan teknologi *E-Commerce* pada penjualan produk – produk *merchandise* yang ada di Shift Merch, penerapan teknologi ini tidak lain agar meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan produk dan proses manajemen yang berjalan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian identifikasi dan rumusan permasalahan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penulisan penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui sistem penjualan yang saat ini berjalan di Shift Merch.
2. Untuk melakukan perancangan sistem informasi penjualan berbasis web atau biasa disebut teknologi *E-Commerce* di Shift Merch.
3. Untuk melakukan pengujian sistem informasi penjualan berbasis web atau biasa disebut teknologi *E-Commerce* di Shift Merch.
4. Untuk melakukan implementasi sistem informasi penjualan elektronik berbasis web atau biasa disebut teknologi *E-Commerce* di Shift Merch.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini ialah:

1. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang sangat membangun untuk pihak Shift Merch agar dapat mengatasi beberapa masalah yang ada dalam kegiatan penjualan dan pendataan produk *merchandise* nya.

2. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah dokumen akademik yang nantinya dapat dipergunakan sebagai acuan dalam penulisan sebuah penelitian oleh sivitas akademika.

1.5. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menerapkan batasan masalah yang dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup permasalahan yang dikaji. Berikut ialah batasan – batasan masalah yang penulis terapkan pada penelitian ini:

1. Dalam pembangunan sistem penjualan ini penulis berpatokan kepada enam aktor yaitu Konsumen, *Supplier*, Bagian Penjualan, Bagian Gudang, Bagian Operasional dan Kepala Toko.
2. Sistem yang penulis buat membahas mengenai penjualan beserta retur penjualannya, pembelian beserta retur pembeliannya, pendataan barang, dan registrasi konsumen.
3. *Output* yang akan dikeluarkan oleh sistem terdiri dari laporan penjualan *online*, laporan penjualan *offline*, laporan rekap penjualan, laporan retur penjualan, laporan ketersediaan barang, laporan pembelian, dan laporan retur pembelian.
4. Dalam kegiatan pengajuan retur oleh konsumen, apabila pengajuan diterima konsumen tidak perlu memberikan no resi pengiriman tetapi pengelola sendiri yang akan mengidentifikasi barang masuk.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di salah satu unit usaha milik yayasan Shift - Pemuda Hijrah Indonesia yaitu Shift Merch, adapun unit usaha ini berlokasi di Jl. Pasang No.9, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114.

1.6.2. Waktu Penelitian

Waktu yang penulis jalani dalam pengerjaan penelitian ini dapat dilihat dalam sebuah tabel waktu pelaksanaan penelitian berikut:

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu																			
	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Identifikasi Kebutuhan Aplikasi			■	■	■	■														
a. Observasi			■	■																
b. Wawancara				■	■															
c. Analisis Dokumen					■	■														
2. Pembuatan Aplikasi					■	■	■	■	■	■	■	■	■							
a. Perancangan Alur Program					■	■														
b. Perancangan Basis Data					■	■	■													
c. Implementasi Rancangan Menjadi Program							■	■	■	■	■	■	■							
3. Pengujian Aplikasi															■	■				
4. Perbaikan Aplikasi															■	■				

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab yang pertama ini penulis membahas mengenai garis besar dari latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, maksud dan tujuan, kegunaan, batasan masalah, jadwal dan lokasi hingga sistematika penulisan dari penelitian yang penulis jalankan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang kedua penulis memaparkan penelitian – penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis kali ini. Selain itu di dalam bab ini dibahas pula teori – teori dasar yang menjadi fondasi dan acuan penelitian.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab yang ketiga penulis membahas tentang objek penelitian dan metode – metode yang penulis gunakan di penelitian kali ini. Pada bab yang ketiga ini pula dibahas tentang analisis sistem yang saat ini sedang berjalan dan bagaimana evaluasinya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab yang keempat menjelaskan tentang perancangan sistem yang diusulkan oleh penulis. Usulan ini dijelaskan menggunakan alat bantu UML (*Unified Modeling Language*). Selain usulan perancangan sistem pada bab ini digambarkan pula usulan perancangan antar muka dan arsitektur jaringan. Bab yang keempat ini ditutup dengan pembahasan mengenai pengujian dan implementasi perangkat lunak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab yang terakhir ini penulis mengulas hasil dari penelitian yang telah dilakukan sehingga dapat menjawab tujuan dan permasalahan yang telah didefinisikan sebelumnya. Selain hal tersebut pada bab ini penulis juga memberikan saran tentang hal - hal tambahan yang dapat membantu pengembangan penelitian ke depannya.