BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi terutama internet merupakan faktor pendorong berkembangnya e-commerce. Dengan adanya e-commerce suatu perusahaan, toko, distro ataupun distributor dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumennya dengan lebih effisien, hal ini karena semua komponen yang terlibat dalam proses bisnis diaplikasikan melalui e-commerce. Perkembangan e-commerce saat ini memberikan perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata (real) ke dunia maya (virtual). Banyak perusahaan maupun perorangan yang merambah bisnis di internet karena kecepatan pengaksesan kapan saja dan dimana saja, validitas data, promosi dan proses pembelian produk yang relatif nyaman, dan proses transaksi yang aman merupakan penawaran menarik dalam suatu proses sistem penjualan. GISTY termasuk salah satu perusahaan yang mencoba melebarkan daerah penjualan dan pemasarannya melalui internet agar produknya menjadi lebih dikenal oleh banyak orang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan ditemukan beberapa masalah diantaranya, mengenai ruang lingkup penjualan yang masih terbatas di sekitar kota Cianjur dan belum dapat menjangkau pasar yang berada di luar kota Cianjur yang memiliki potensi penjualan yang besar. Selain itu, dengan semakin ketatnya persaingan di bidang perdagangan spatu, maka pihak Gisty harus dapat

merespon kendala-kendala yang terjadi sehingga mampu bertahan dan dapat bersaing dengan distributor spatu lain yang memiliki pasar yang sama.

Masalah yang dihadapi bukan hanya masalah ruang lingkup yang terbatas dan persaingan yang semakin ketat, namun dalam hal transaksi bisnis yang masih dilakukan secara konvensional yaitu melalui tatap muka secara langsung atau pun melalui telepon. Akan tetapi metode seperti ini tidak begitu efektif, karena tidak semua orang mengetahui nomor telepon perusahaan dan pelanggan selalu ingin suatu cara pembelian yang mudah. Selain itu pihak Gisty sulit dalam membuat laporan penjualan dikarenakan masih menggunakan cara yang konvensional dimana pegawai harus membuka kembali arsip penjualan.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada Gisty, maka diperlukan sebuah aplikasi yang menunjang penjualan secara luas untuk membantu meningkatkan proses penjualan, memudahkan pelangga Gisty dan mampu memberikan informasi mengenai detail produk kepada customer dengan cepat dan mudah melalui jaringan internet. Maka peneliti mengajukan penelitian ini untuk dijadikan sebagai bahan Skripsi dengan judul, “Sistem Informasi E-commerce pada toko sepatu gisty di Cianjur”.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditentukan identifikasi masalahnya dan dapat dirumuskan beberapa masalah.

1.2.1.Identifikasi Masalah

1. Belum adanya sistem pemasaran dan penjualan produk toko spatu Gisty melalui internet.
2. Kurang luasnya jangkauan pemasaran produk-produk toko sepatu gisty.
3. Masih sulitnya pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai toko Sepatu gisty.
4. Kurang strategisnya letak geografis toko sepatu gisty sehingga konsumen mengalami kesulitan untuk datang langsung ke tempat.
5. Pembuatan laporan yang masih manual sehingga sering terjadi kesalahan.

1.2.2.Rumusan Masalah

1. Bagaiman merancang sistem penjualan pada toko sepatu Gisty ?
2. Bagaimana membangun aplikasi e-commerce pada toko sepatu Gisty ?
3. Bagaiman menguji aplikasi e-commerce pada toko sepatu Gisty ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk membangun sebuah sistem informasi e-commerce yang dapat membantu Toko Sepatu Gisty dalam memperluas jangkauan pemasaran dan memberikan pelayanan yang lebih efektif kepada pelanggan tanpa terbatas oleh area geografis.

Dan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menghasilkan rancangan Sistem penjualan pada toko sepatu Gisty.
2. Menghasilkan aplikasi e-commerce pada toko sepatu Gisty.
3. Menghasilkan aplikasi e-commerce yang memiliki validasi yang baik terhadap kesalahan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Terdapat kegunaan praktis dan kegunaan akademis pada penelitian ini.

1.4.1.Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagi perusahaan

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan manajemen dalam pemasaran produk melalui online dan memberikan layanan penjualan yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan.

2. Bagi pelanggan

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mendapatkan informasi mengenai fashion terbaru serta untuk melakukan pembelian online tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan serta tidak terbatas oleh jarak dan waktu.

1.4.2.Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan akademis pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan berupa teori dan praktek mengenai sistem informasi e-commerce.

2. Bagi peneliti lain

   Pengimplementasian sistem informasi e-commerce ini dapat untuk di uji ulang atau digunakan referensi oleh peneliti lain untuk melakukan penelitian mengenai sistem informasi e-commerce yang lebih lanjut.

1.5. Batasan Masalah

Batasan masalah pada pembuatan sistem informasi e-commerce ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem e-commerce yang dibahas mencakup pemasaran produk dan transaksi pemesanan yang dilakukan oleh member.
2. Produk yang ditampilkan pada katalog merupakan produk yang tersedia pada Toko Sepatu Gisty.
3. Tidak membahas mengenai retur dalam sistem e-commerce ini.
4. Sistem ini tidak membahas penyediaan atau pembelian bahan produksi pembuatan Spatu.
5. Proses transaksi pemesanan dimulai dari pemilihan produk sampai dengan mencetak bukti pembelian.
6. Pembayaran masih dilakukan secara offline melalui transfer antar bank.
7. Yang menjadi seorang Administrator pada pengelolaan website yaitu Bagian Penjualan.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu pada Toko Sepatu Gisty yang beralamat dijalan Jl. Moch.Ali Sukasari Ciranjang Cianjur. Jadwal waktu penelitian diuraikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Waktu/Jadwal Penelitian

Aktifitas	Tahun 2013															
	Maret (Dalam minggu)				April (Dalam minggu)				Mei (Dalam minggu)				Juni (Dalam minggu)			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survey Objek Penelitian																
Analisis dan Pengumpulan Data																
Desain dan coding program																
Pengujian Program																
Implementasi																