

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Industri ritel merupakan bisnis yang sudah ada sejak lama di Indonesia, dan terus melakukan inovasi-inovasi produk untuk kebutuhan konsumen. Tradingeconomics melalui situs webnya menunjukkan bahwa penjualan ritel di Indonesia sejak 2014 sampai 2018 mengalami penurunan dan dalam keadaan lesu [1]. Tetapi pertumbuhan bisnis ritel berbasis *online* di Indonesia merupakan peringkat pertama dibandingkan dengan negara-negara di dunia pada tahun 2013 sampai 2017 [2]. Pertumbuhannya tergolong besar namun menurut emarketer melalui situsnya menunjukkan bahwa optimisasi berbasis *online* hanya 3% dari total bisnis ritel yang ada di Indonesia [3]. Padahal persentase penetrasi internet paling besar terdapat di usia 19 sampai 24 tahun bahkan pada kategori usia 25 tahun ke atas mendekati hampir 40% penduduk seluruh Indonesia [4]. Tingkat penetrasi internet tinggi dan menurut kominfo melalui situsnya *User e-commerce* dari umur 16-25 tahun tergolong tinggi hampir menyentuh angka 24% sedangkan umur 26 sampai 35 tahun menyentuh angka 32% [5]. Berdasarkan data di atas, penetrasi internet yang besar dan tingkat kesiapan menggunakan *Electronic Commerce (E-Commerce)* dapat mengoptimisasi bisnis ritel dengan menggabungkan sistem ritel tradisional dan *E-Commerce*. *Electronic Business (E-business)* bisa didefinisikan sebagai penggunaan internet ke jaringan, memperkuat bisnis proses, *Electronic Commerce*, komunikasi antar organisasi dan kolaborasi di dalam lingkup perusahaan dan dengan customer, supplier, dan stakeholder lainnya. *E-Business* menggunakan internet, intranet, extranet, dan jaringan lainnya untuk mendukung proses komersialnya. *E-Business* melingkupi proses transaksi antar *supplier* dan *customer* sehingga memiliki tumpang tindih atau memiliki kesamaan dengan aktifitas *E-Commerce*. Meskipun istilah '*e-business*' dan '*e-commerce*' sering kali dianggap sama, perbedaannya terletak pada proses yang lebih luas lagi dalam *e-business* yang menggabungkan transaksi internal dalam suatu organisasi. Ini termasuk transaksi yang berkaitan dengan pengadaan, logistik, manajemen *supply chain*, pembayaran, kontrol stok dan pelacakan pesanan *customer*. Sebagaimana dicatat oleh Chaffey (2004), *e-commerce* dapat dipahami sebagai bagian dari *e-business*, di mana dua konsep tumpang tindih adalah dalam pembelian dan penjualan produk dan layanan. [6]

Luisfigo berdiri sejak tahun 2003 akan tetapi pada awalnya hanya bergerak dalam bidang industri ritel untuk produk dompet, tas, dan sabuk saja. Pada tahun 2017 baru masuk ke segmen sepatu dan sandal. Luisfigo tidak hanya berjualan melalui situs *e-*

commerce seperti Tokopedia, Whats App, dan Line saja tetapi juga menjual grosir juga ke beberapa *department store* di Jawa Timur, Kalimantan, Lombok, dan Bali. Jadi Luisfigo bergerak di 2 segmen yaitu *Business-to-Consumer* (B2C) dan *Business-to-Business* (B2B). Kendala-kendala yang dihadapi oleh Luisfigo saat ini adalah data stok tidak tersinkronisasi dengan baik sehingga yang barang masuk ke gudang dan barang keluar dari gudang harus terus dicatat dengan tulis tangan, *Invoice* penjualan masih dibuat dengan tulis tangan sehingga rawan terjadinya *human error* seharusnya terhubung dengan transaksi penjualan secara *online*. Seharusnya barang yang dibeli akan berkurang saat pembelian dan *invoice* penjualan terbuat secara otomatis saat pembeli akan melakukan pembayaran. Pada sistem saat ini, pemesanan masih dilakukan dengan bantuan *sales* yang keliling dari daerah ke daerah dengan cara menawarkan produk melalui katalog produk-produk Luisfigo kepada calon pembeli, seharusnya akan lebih efektif apabila dapat langsung melakukan pemesanan secara *online* untuk memotong biaya pemasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tugas akhir ini akan memfokuskan pada pengembangan sistem berbasis web yang dapat memfasilitasi pemilik Luisfigo untuk menjual produknya melalui sistem tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah:

- 1) Bagaimana cara mempermudah penjual dan pembeli melakukan transaksi?
- 2) Bagaimana cara meningkatkan kepercayaan *customer* dalam melakukan pembelian dan pembayaran terhadap produk yang dijual?
- 3) Bagaimana cara membantu penjual untuk mengetahui produk mana yang disukai oleh *customer*?
- 4) Bagaimana cara untuk membuat *customer* tertarik untuk berbelanja kembali?
- 5) Bagaimana cara untuk membantu penjual dalam menunjang strategi pemasaran yang tepat?

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun sistem ini memiliki batasan masalah sebagai berikut:

- 1) Produk fashion yang dijual hanya dompet, tas, ikat pinggang, sepatu dan sandal.

- 2) *User* sistem ini dibagi menjadi 3 kategori yaitu: *User*, *Admin*, dan *Owner*
- 3) Sistem *e-commerce* yang diterapkan hanya *business-to-business* dan *business-to-consumer*.
- 4) Hanya *User* yang sudah login dapat melakukan *check out* pembayaran.
- 5) Sistem pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan *E-Wallet* yaitu *Doku* dan transfer bank.
- 6) Sistem ini berbasis *Web*.
- 7) *User* yang memiliki akun akan mendapatkan *loyalty point* jika melakukan pembelian, dan nantinya bisa ditukarkan untuk pemotongan harga pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah membangun sistem penjualan berbasis web yang dapat menunjang penjualan produk *fashion* Luisfigo, dengan kemampuan:

- 1) Memfasilitasi *customer* agar lebih terstruktur dan mudah untuk berbelanja produk *fashion* Luisfigo.
- 2) Menyediakan layanan pembayaran yang mudah, praktis serta aman untuk *customer* sehingga lebih nyaman berbelanja yaitu dengan menggunakan *E-Wallet Doku*, terutama untuk menghindari *human-error* dalam proses transaksi.
- 3) Membuat fitur *rating/review* barang agar penjual dapat mengetahui barang mana yang disukai oleh pembeli sehingga penjual dapat melakukan strategi pemasaran yang tepat.
- 4) Membuat fitur *loyalty point* kepada *customer*. *Loyalty point* ini berguna untuk memotong total harga pembelian *customer* dengan cara menukarkan *loyalty point* tersebut. Dengan adanya potongan harga ini diharapkan *customer* tertarik untuk berbelanja kembali.
- 5) Menyediakan fitur laporan untuk menunjang strategi pemasaran yang tepat. Laporan ini berisi mengenai laporan penjualan dan laporan stok.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah mengoptimisasi bisnis ritel Luisfigo dengan menggabungkan sistem ritel tradisional dan *Electronic Commerce (E-Commerce)* berbasis web terutama

untuk menyediakan *customer* sebuah *platform* untuk berbelanja dengan sistematis dan mudah. Sistem ini diharapkan membantu *customer* melakukan pembayaran agar dapat berjalan lebih mudah, praktis, dan aman. Diharapkan juga dengan adanya fitur *rating/review* produk membantu penjual dapat mengetahui barang mana yang disukai oleh customer sehingga pihak penjual dapat melakukan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu dapat juga diharapkan dengan adanya laporan penjualan dan laporan stok dapat digunakan untuk membantu penjual membuat keputusan strategi pemasaran yang lebih akurat.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa metode penelitian yang harus dilalui yaitu:

1) Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, akan dilakukan beberapa metode pengumpulan data yaitu:

a) Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan untuk mendapatkan data-data tentang produk Luisfigo yang tersedia beserta rincian harga tiap produk serta stok barang.

b) Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan pemilik Luisfigo untuk mendapatkan informasi terutama tentang masalah-masalah atau kendala apa saja yang dihadapi saat berjualan dengan menggunakan metode penjualan yang saat ini dan fitur-fitur yang dikehendaki dalam pembuatan sistem *online* berbasis web Luisfigo yang dibuat dan mendapatkan informasi lainnya yang berhubungan dengan Luisfigo.

2) Metodologi Pengembangan Sistem

Metodologi yang akan digunakan dalam pengembangan sistem ini adalah dengan menggunakan *System Development Life Cycle* (SDLC). SDLC merupakan pola yang digunakan dalam pengembangan sistem, yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*),

2. Analisis (*Analysis*),
3. Desain Sistem (*Design*),
4. Implementasi (*Implementation*),
5. Uji Coba (*Testing*)
6. *Maintenance*.

