

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi internet memberikan kemudahan mengakses informasi-informasi yang bermanfaat dengan biaya yang sangat murah dan tidak tergantung pada lokasi, dimanapun dan kapanpun. Perkembangan pengguna teknologi juga meningkat pesat. Di dalam penelitian Celuch *et al.*, 2011 tingkat pertumbuhan perdagangan *via* internet dari tahun 2001 hingga 2005 mencapai 68% di Amerika Serikat, Eropa 91%, dan Asia 109%. Menariknya, 85% dari sistem teknologi informasi (Widiana, *et al.*, 2015), Sedangkan di Indonesia, penjualan menggunakan *via* internet juga sangat pesat data yang di rilis oleh menkominfo menunjukkan bahwa nilai transaksi online shopping pada *e-commerce* tahun 2013 mencapai Rp 130 triliun dengan angka pengguna internet 82 juta orang. Lembaga riset *International Statistical Classification (ICD)* memperkirakan bahwa potensi *e-commerce* di Indonesia akan tumbuh 42% pada tahun 2012-2015, dan merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* terbesar untuk wilayah Asia-Pasific (Sidharta, Suzanto, 2015). Menggunakan teknologi dalam berpromosi dapat meningkatkan penjualan dari sebelumnya dan dapat meningkatkan pangsa pasar, serta meningkatkan pertumbuhan transaksi *online* untuk masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan teknologi.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia

menunjukkan bahwa 99,5 % tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UKM. Hal ini sepenuhnya disadari oleh pemerintah, sehingga UKM termasuk dalam salah satu fokus program pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia. Kebijakan pemerintah terhadap UKM dituangkan dalam sejumlah Undang-undang dan peraturan pemerintah (Jauhari, 2010).

Secara umum UKM didefinisikan sebagai salah satu usaha produktif yang berdiri sendiri yang dikelola perorangan atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp10.000.000.00 termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tidak lebih dari Rp 50.000.000.000 (Machmud, Sidharta, 2013). UKM merupakan kegiatan usaha untuk memperoleh keuntungan yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari UKM tersebut. Katalog dalam dunia bisnis berfungsi sebagai media promosi yang menarik konsumen. Dalam bisnis katalog produk berisi tentang nama produk, harga produk, deskripsi produk, serta bagaimana konsumen memesannya. Dalam dunia modern sekarang ini, diperlukan katalog dalam media *online* yang selain menjangkau konsumen secara luas, juga dapat memberikan media yang mudah diakses dibandingkan dengan katalog fisik. Dengan adanya *E-catalog* UKM berharap akan menambah pangsa pasar dan penjualan produk yang disediakan. Dengan adanya member berbasis web masyarakat dapat membeli sesuai dengan Harga Eceran Tertinggi (HET) dan bagi konsumen yang mempunyai akun member pada katalog tersebut akan mendapatkan diskon khusus sebagai *reseler*.

Selain bersifat *E-catalog* dalam penelitian ini juga mengandung sistem *E-commerce*. UKM tersebut menggunakan *e-commerce* untuk mempermudah dalam

mempromosikan dan penjualan produk yang disediakan. Yang awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, dimana antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. seiring kemajuan teknologi internet penjual barang bisa dilakukan secara *online*. Keuntungan dari transaksi jual beli secara *online* bukan di nikmati oleh penjual saja, tetapi juga oleh pembeli Rizki Part adalah salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang sudah berjalan selama 1 (satu) tahun. Rizky Part bergerak dalam bidang otomotif yaitu penjualan suku cadang sepeda motor honda. UKM ini menyediakan sparepart motor dan memberikan harga yang relatif murah bagi para pembeli satuan ataupun pemborong.

UKM ini bertujuan sebagai distributor sparepart motor honda. Permasalahan yang muncul adalah UKM ini belum bisa meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan masih pembuatan brosur, sehingga UKM ini belum dapat dikenal oleh masyarakat luas. Untuk mengatasi masalah ini salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah pembuatan sebuah aplikasi web *e-catalog* untuk memudahkan dalam pemasaran maupun langsung penjualan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengimplementasikan pembuatan aplikasi member berbasis web untuk mengetahui harga eceran tertinggi (HET) dan penjualan separepart motor dengan membangun sebuah aplikasi menerapkan *e-catalog* dan *e-commerce*. Dengan menerapkan *e-catalog* dan *e-commerce* diharapkan mampu mengembangkan UKM dalam pemasaran dan penjualan produk dan dapat mengetahui berapa banyak konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap dan pelanggan baru. Untuk itulah penulis tertarik dalam melakukan

penelitian ini yang berjudul **Aplikasi Member Berbasis Web Untuk Mengetahui Harga Eceran Tertinggi dan Penjualan Sparepart Motor.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana menganalisis *E-Catalog* dan *E-Commerce* pada aplikasi member berbasis web?
2. Bagaimana merancang proses penjualan dengan menggunakan *E-Catalog* dan *E-Commerce* pada UKM Rizki part?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis aplikasi web berupa *E-Catalog* untuk mengetahui harga eceran tertinggi (HET) dan penjualan sparepart motor.
2. Merancang *E-Catalog* dan *E-Commerce* untuk mendapatkan sistem informasi menggunakan website yang diperlukan perusahaan dalam meningkatkan penjualan

1.4. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak terlalu lebar keluar dari jalur yang dibuat, maka batasan masalah yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Merancang *e-catalog* dan menerapkan *e-commerce* untuk penjualansparepart motor pada UKM Rizki Part menggunakan B2B (*Bussines to Bussines*) dan B2C (*Bussines to Customers*).
2. Jenis transaksi pembayaran yang dilakukan berupa transfer

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk perusahaan dibidang *e-catalog* dan *e-commerce* sebagai bisnis yang berbasis teknologi.
2. Untuk menggunakan sistem informasi berbasis web di perusahaan sehingga pengguna teknologi dapat diaplikasikan.
3. Mendapatkan informasi data-data pelanggan dan data penjualan.
4. Untuk mempermudah pencarian produk sparepart motor yang terdapat secara digital.
5. Untuk mengetahui harga produk sparepart motor di bawah harga eceran tertinggi (HET).

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penyusunan skripsi ini terdiri dari 6 bab yang saling berhubungan. Sistematika penulisan tersebut dijabarkan dalam uraian berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tinjauan pustaka, sistem, tujuan penyusunan Aplikasi Member Berbasis Web, pengembangan sistem, metode pengembangan system, *JAVA*, Netbeans, MySQL, Adobe Photoshop, UML dan pengujian program.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang kerangka pemikiran, tahapan penelitian, lokasi dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan kerangka pengujian.

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan tentang analisis persyaratan, analisis kebutuhan sistem, design pengguna, dan konstruksi.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang penjelasan hasil penelitian, pembahasan penelitian, pengujian *blackbox*, lingkungan pengujian, penjadwalan penelitian.

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran-saran penulis pada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN