

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan cepatnya perkembangan bidang teknologi, penggunaan internet yang kelihatannya akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini dan dimasa yang akan datang. Secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Evolusi yang terjadi pada internet merupakan satu fenomena yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang terjadi sekarang. Sehingga perdagangan tradisional akan kalah dengan perdagangan elektronik yang membedakan antara perdagangan tradisional adalah medium mekanisme perdagangan tersebut, dalam bertransaksi *e-commerce* menggunakan internet sebagai media utama untuk berinteraksi sedangkan secara tradisional kedua belah pihak yang masih bersangkutan yaitu produsen dan konsumen masih harus bertemu atau bertatap muka untuk melakukan transaksi bisnis (Vermaat, 2007).

E-commerce atau yang biasa disebut juga dengan istilah *Ecom* atau *Emmerce* atau *EC* merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange (EDI)*, *email*, *electronic bulletin boards*, mesin faksimili, dan *Electronic Funds Transfer* yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di *Internet shopping*, *Stock online* dan surat obligasi, download dan penjualan *software*, dokumen, grafik, musik, dan lain-lainnya, serta transaksi *Business to Business (B2B)* atau *Business to Customer (B2C)* (Vermaat, 2007).

Galleria Bandar Lampung merupakan salah satu toko di kota Bandar Lampung yang bergerak di bidang penjualan seperti baju, sepatu, celana, dan tas. Galleria Bandar Lampung mempunyai 3 cabang di Teluk Betung Utara, Kedaton, dan Metro. Masalah yang timbul pihak toko kesulitan memasarkan produknya serta kesulitan dalam meningkatkan dan memperluas penjualan terutama yang berada diluar kota karena media pemasaran atau promosi hanya di daerah Bandar Lampung saja. Sebelumnya sistem yang digunakan menggunakan media sosial seperti instagram, tetapi pihak toko tidak diberikan keterangan tentang produk yang dijual sehingga konsumen kesulitan apabila ingin mendapatkan informasi produk dan ingin memesan produk sesuai dengan yang diinginkan, serta konsumen harus menghubungi pihak toko melalui line atau whatsapp jika ingin mengetahui perkembangan stok dan koleksi terbaru. Selain itu, peluang penjualan di luar kota sangat menguntungkan. Pihak toko selama ini belum memiliki media khusus untuk mempromosikan produk-produknya dan konsumen masih harus langsung datang ke toko.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah di jelaskan, maka perlu dibangun nya sebuah aplikasi website *e-commerce* dengan menyediakan suatu proses bisnis untuk pelanggan, admin dan pimpinan. Pelanggan yang ingin memesan barang yang ingin dibeli atau dijual kembali langsung membuka aplikasi *e-commerce* ini karena sudah tersedia fasilitas-fasilitas seperti: katalog produk yang berisi gambar dan informasi produk agar mempermudah promosi dan pelayanan pembelian jarak jauh. *E-commerce* Galleria Bandarlampung diharapkan dapat membantu pihak produsen untuk meningkatkan dalam mempromosikan produknya dengan strategi pemasaran menggunakan aplikasi *e-commerce* dan

mempermudah dalam pengelolaan *e-commerce* yang dimiliki dan juga dapat membantu pihak konsumen yang ingin mendapatkan informasi dan memesan produk tanpa harus datang langsung ke toko serta mengetahui perkembangan stok koleksi terbaru tanpa harus menghubungi pihak toko melalui sms atau telepon.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana membangun sistem informasi *e-commerce* produk pada toko Galleria Bandar Lampung?
2. Bagaimana hasil pengujian menggunakan ISO 9126 dalam sistem informasi *e-commerce* produk pada toko Galleria Bandar Lampung?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terarah, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang akan dibahas, batasan masalah tersebut sebagai berikut:

1. Model *e-commerce* yang di terapkan adalah model *bussines to bussines* (B2B) dan *bussines to customer* (B2C), dan menggunakan metode pengembangan sistem prototype.
2. Proses penjualan hanya dilakukan di indonesia dengan produk penjualan seperti : baju, sepatu, celana, dan tas.
3. Masukan atau *input* data seperti data pelanggan dan data produk dilakukan oleh *admin*.
4. Proses *input* data pemesanan dilakukan oleh konsumen dengan mengakses *website e-commerce* Galleria Bandar lampung.

5. Keluaran atau *output* yang dihasilkan dari sistem *e-commerce* ini adalah informasi produk, informasi pemesanan dan laporan penjualan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang sistem informasi *e-commerce* yang dapat membantu meningkatkan penjualan produk pada toko Galleria Bandar Lampung.
2. Membangun *website* yang dapat membantu konsumen dalam melakukan proses pembelian, pembayaran dan pengiriman barang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Website *e-commerce* memudahkan dalam hal menawarkan dan menjual produk produk “Galleria Bandar Lampung” secara *online* kepada konsumen. Selain itu website *E-Commerce* juga dapat memperluas serta meningkatkan penjualan karena dengan *online* ruang lingkup perdagangan juga akan semakin luas.
2. Transaksi jual beli secara *online* lebih cepat dan mudah karena pembayaran lewat kartu kredit dan via ATM kita tidak perlu pergi kemana mana untuk mendapatkan barang yang akan kita beli lewat *internet*.