

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan, hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad internet atau yang disebut dengan *website* (Audrilia and Budiman, 2020).

Website pada suatu perusahaan dapat memasarkan produk secara cepat untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas mengenai penjelasan produk atau jasa yang lebih terperinci yang dapat membantu pihak perusahaan dalam menambah dan meningkatkan target penjualan, juga mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi yang digunakan untuk mencapai sasaran dan mendukung konsep pemasaran yang modern (Adrian and Pramono, 2017).

Berdasarkan hasil observasi pada *Parfume Corner* Bandar Lampung dalam proses penjualan *Parfume Corner* Bandar Lampung tersebut hanya menggunakan *banner* atau melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram*, dengan metode pemasaran dan penjualan tersebut sudah cukup baik dalam lingkup produsen, tetapi masih terdapat kendala yaitu sering kali pelanggan mengalami kesulitan dalam pencarian informasi tentang jenis *parfume* yang dijual dikarenakan pada pemasaran yang diterapkan hanya menampilkan foto kurang lengkap, dan pelanggan harus datang langsung untuk mengetahui apakah terdapat stok dari masing-masing jenis *parfume* yang ingin dibeli. Begitupun dalam proses pengelolaan data penjualan masih dicatat kedalam buku penjualan, sehingga terjadi sering kesalahan dalam pencatatan, perhitungan biaya penjualan, dan

penumpukan data sehingga data harus dicari satu persatu didalam buku penjualan, serta tidak adanya laporan penjualan.

Solusi darai masalah diatas maka akan dibuatkan aplikasi *e-catalog* dan *e-purchasing* penjualan *parfume* pada *Parfume Corner* Bandar Lampung untuk meningkatkan jangkauan penjualan dan informasi barang yang dijual yang toko *Parfume Corner* Bandar Lampung dalam listings penjualan sehingga akan dibangun sarana *e-catalog* dan *e-purchasing* penjualan secara online menggunakan *Website*. Diharapkan sistem yang dibangun nantinya akan menampilkan informasi dan barang yang akan dijual, di fokuskan untuk menyebarkan informasi penjualan *Parfume* pada *web* ini akan menghadirkan layanan, fasilitas, menu, promo, dan *chatting* serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam mencari informasi penjualan barang yang ditawarkan yang nantinya akan terhubung otomatis ke *facebook* dan *instagram*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang sistem *e-catalog* dan *e-purchasing* *parfume* pada *Parfume Corner* Bandar Lampung?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu mempunyai tujuan dan sasaran. Tujuan dalam penelitian ini antara lain adalah ”Untuk merancang sistem *e-catalog* dan *e-purchasing* *parfume* pada *Parfume Corner* Bandar Lampung berbasis web.”

1.4 Batasan Masalah

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu memiliki batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Sistem pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *transfer bank*.
2. Inputan sistem dalah data informasi, data jenis *parfume*, data pembayaran (bukti *transfer*), data penjualan, data ongkos kirim, data pelanggan, data pendaftaran.
3. Sistem ini dapat melakukan *chatting* kepada *admin*, dan dapat melakukan komentar produk.
4. Laporan yang dihasilkan berupa laporan penjualan, laporan pembayaran, dan grafik pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi masyarakat dapat mempermudah mendapatkan informasi jenis *parfume* yang dijual oleh *Parfume Corner* Bandar Lampung
2. Bagi Universitas dapat menambah informasi dan referensi bagi mahasiswa.
3. Bagi Penulis meningkatkan wawasan berpikir ilmiah dan kemampuan menganalisis suatu masalah khususnya dalam hal terkait dengan sistem *e-catalog* dan *e-purchasing parfume*.