

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perangkat teknologi yang semakin modern dapat memberikan keuntungan bagi para pengusaha untuk memasarkan jasa maupun produk dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar dengan jangkauan yang luas. Ruang lingkup penjualan produk dalam suatu daerah menjadi tidak efektif untuk dapat bersaing untuk menarik minat konsumen. Peran teknologi informasi yang dapat dilakukan dengan menggunakan media *internet* sehingga konsumen dapat mengakses secara *online* dengan melihat informasi produk, spesifikasi, ketersediaan hingga transaksi secara *online* atau dapat disebut sebagai *e-commerce*. Berdasarkan data analisis asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia merilis hasil persentase pengguna internet pada bidang transaksi *online* menunjukkan angka 88% dari total penduduk indonesia, Sementara itu jika ditinjau berdasarkan lapangan usahanya, lapangan usaha Kategori G (Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor) adalah jenis lapangan usaha yang paling banyak melakukan usaha *e-commerce* yaitu sebanyak 44,31% (Statistik, 2019). sehingga hal tersebut tentu akan semakin memberikan peluang bagi perusahaan khususnya bidang perusahaan dagang untuk memasarkan dan menjual produk secara *online* menggunakan konsep *e-commerce* (APJII, 2018).

Difaris motor merupakan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang penjualan peralatan dan perlengkapan sparepart kendaraan roda dua yang beralamat di jalan Untung Suropati Ruko Eldorado dan menyediakan produk

seperti sparepart, oli dan aksesoris motor. Prosedur atau proses penjualan yang dilakukan saat ini dengan menggunakan strategi *offline* yaitu produk-produk tersebut disediakan pada toko hingga transaksi penjualan. Terdapat pengaruh terhadap penjualan yang dilakukan secara *offline* yaitu pangsa pasar dimana ruang lingkup penjualan hanya pada wilayah Bandar Lampung dan sekitarnya, ruang lingkup dan target marketing yang masih dirasa kurang maksimal dikarenakan proses pemasaran produk masih dilakukan secara langsung pada toko. Pada masa yang akan datang dengan segala ketidak pastian terkait keadaan ataupun situasi Pandemi Covid-19 saat ini yang sangat berpengaruh terhadap proses penjualan perusahaan, dimana saat ini masyarakat lebih banyak melakukan aktivitas dari dalam rumah, mengharuskan perusahaan untuk menerapkan inovasi dengan penerapan teknologi informasi. Proses penjualan yang dilakukan secara langsung seperti konsumen datang ke perusahaan untuk membeli produk berdampak pada kebutuhan biaya operasional, tenaga dan waktu, terlebih lagi konsumen yang berada pada daerah yang tidak dapat melihat informasi ketersediaan produk yang akan dibeli, sehingga mengakibatkan kekecewaan ketika sampai di perusahaan produk yang diinginkan tidak tersedia. Sehingga untuk mencapai tujuan perusahaan tentu memerlukan suatu strategi atau inovasi untuk memperluas pemasaran produk maupun bertransaksi secara *online* menggunakan teknologi *internet* (Adiwihardja, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada *owner* perusahaan Difaris Motor diperoleh hasil berupa permasalahan yaitu proses penjualan yang dilakukan secara *offline* memberikan dampak pada konsumen untuk melakukan transaksi pembelian karena keterbatasan waktu dan jarak serta informasi produk

yang masih kurang detail, sehingga pihak perusahaan harus menjelaskan satu persatu dan berulang kali kepada konsumen yang berbeda mengenai detail produk yang ditawarkan. Berdasarkan prosedur penjualan tersebut dapat menimbulkan permasalahan lain seperti pemupukan produk lama yang tidak terjual. Oleh sebab itu perusahaan sudah selayaknya memberikan inovasi untuk menangani permasalahan tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti memberikan suatu solusi pada permasalahan penjualan produk yaitu dengan menerapkan konsep *electronic commerce* secara *online* menggunakan *web*. Keunggulan yang diberikan pada penerapan penjualan menggunakan teknologi tersebut yaitu media yang digunakan dapat secara fleksibel diakses mulai dari perangkat komputer hingga *smartphone* melalui media *browser*, hal tersebut menjadi bukti bahwa perangkat tersebut sudah menjadi kebutuhan penting bagi penggunanya yang dapat memberikan solusi dalam melakukan pencarian produk sparepart terlengkap dan berkualitas (Masruri, 2015). Keunggulan dari solusi yang diberikan yaitu sistem yang dapat diakses secara *online* menggunakan perangkat baik komputer maupun *web browser* serta terdapat informasi monitoring transaksi penjualan *online* melalui *dashboard* interaktif (Husna, *et al*, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana membangun sistem *e-commerce* yang dapat menyajikan informasi produk yang lengkap dan informatif dalam proses penjualan sparepart kendaraan bermotor menggunakan media *web responsive* pada Difaris Motor?

1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada sistem yang dikembangkan menggunakan web sebagai berikut :

1. Data item produk pada jenis produk original dan variasi
2. Data yang diproses pada sistem berupa data produk dan stok produk dan konfirmasi pesanan.
3. Hasil dari proses transaksi berupa laporan penjualan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan konsep untuk mencapai suatu yang diinginkan, tujuan yang dirancang yaitu menghasilkan sistem *e-commerce* pada bidang penjualan sparepart motor yang dilakukan secara *online* menggunakan media *web responsive* sehingga konsumen dapat juga melihat informasi detail produk dan transaksi pembelian secara *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan inovasi bertransaksi secara *online* yang digunakan untuk memasarkan produk dengan tujuan memperluas pasar hingga keluar daerah atau provinsi, serta memberikan informasi produk dan pembuatan laporan penjualan secara *online*.

2. Bagi Konsumen

Memberikan informasi ketersediaan produk, melihat informasi detail produk hingga proses transaksi tanpa harus datang ke toko serta dapat dipesan melalui media *website responsive*