

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, perkembangan teknologi informasi menunjukkan progres signifikan di berbagai sektor kehidupan. Dalam konteks bisnis, teknologi informasi berbasis internet telah menjadi strategi yang relevan untuk menghadapi tantangan persaingan di ranah bisnis global. Hal ini dapat dikenali sebagai perubahan signifikan dalam bentuk revolusi industri, yang saat ini berlangsung dalam tahap era revolusi industri 4.0 hal ini diperkuat oleh Apriyatin et al. (2020). Salah satu kemajuan yang paling terasa dari revolusi industri 4.0 ini adalah dengan adanya internet. Dengan adanya revolusi industri 4.0 ini tentu menuntut adanya pengembangan teknologi dan informasi di berbagai bidang, tidak terkecuali bidang usaha Nabillah et al. (2021). Perkembangan dunia teknologi dan informasi saat ini menuntut para *stakeholder* di bidang usaha untuk menyesuaikan dengan era saat ini agar tetap dapat terhubung dengan pelanggan dari berbagai negara sehingga dapat bersaing dengan wirausaha lain di Indonesia maupun di seluruh dunia Tahir et al. (2023). Berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk membuat usaha yang dijalankan tetap bertahan yaitu dengan membuat sarana untuk media pemasaran dan penjualan yang menggunakan internet seperti *marketplace*, *e-commerce*, dan online shop (Apriyatin, Pradita, & Dewanto, 2020).

E-Commerce adalah tempat yang diberikan internet untuk melakukan proses membeli dan menjual suatu produk yang dilakukan secara *electronic* oleh konsumen dengan menggunakan jaringan komputer atau internet (Japit, Risyani, Suwandhi, Yudi, & Tarwiyah, 2021). Manfaat yang diberikan oleh E-Commerce

melibatkan kemampuan pemilik toko online untuk mengakses konsumen secara luas, sementara pelanggan dapat melakukan transaksi secara jarak jauh melalui penggunaan transfer bank. Selain itu, pelanggan tidak diharuskan untuk melakukan kunjungan fisik ke tempat penjualan. Salah satu aplikasi *E-Commerce* di internet adalah Prestashop (Bernadeth et al., 2021).

Prestashop adalah sebuah CMS yang khusus menangani masalah *E-Commerce* atau perdagangan Online. Prestashop tersedia dibawah lisensi *Open Software* dan secara resmi diluncurkan di tahun 2007. Perangkat lunak ini, berbasis *Smarty template engine* (Santoso et al., 2022). Keunggulan PrestaShop dalam perbandingan dengan CMS e-commerce lainnya telah terbukti secara empiris, karena mengusung beragam fitur yang bersifat komprehensif, siap pakai, *user-friendly*, serta menyediakan berbagai pilihan modul gratis yang dapat diakses dengan mudah, dikembangkan oleh para pengembang independen. PrestaShop memiliki toko resmi untuk modul-modul tertentu dan tema berbayar, dengan jumlah sekitar 2.500, dan menyajikan sekitar 310 fitur menarik yang dapat diperoleh melalui *Addons* PrestaShop. Keunggulan aplikasi PrestaShop juga termanifestasi dalam dukungannya terhadap bahasa Inggris, kelengkapan fitur seperti grafik, produk unggulan, tag produk, kemampuan untuk memisahkan antara pemasok dan merek, kemampuan untuk mengakomodasi berbagai jenis pembayaran, serta menjadi perangkat lunak e-commerce yang ringan dan progresif (Astuti, Fahmi, Sa'adah, & Ahmad, 2019).

Content Management System (CMS), yaitu *tools* yang memungkinkan untuk membuat dan mengelola *website* dengan mudah. Fungsi CMS adalah mengelola, mengubah, hingga mempublikasikan konten web tertentu. Toko online

atau *website* e-commerce, tidak perlu membuatnya dari nol ataupun meminta bantuan developer. CMS juga memungkinkan beberapa pengguna sekaligus untuk berkolaborasi dalam mengelola konten web (Nafisah Yuliani, Andika Yuniarto, 2022). CMS digunakan sebagai jawaban atas solusi akan penyediaan informasi yang sangat cepat. Content yang dimaksud merupakan informasi dalam bentuk teks, grafik, gambar maupun dalam format-format lain yang perlu dikelola dengan tujuan memudahkan proses pembuatan, pembaharuan, distribusi, pencarian, analisis, dan meningkatkan fleksibilitas untuk ditransformasikan ke dalam bentuk lain Achmad Aditya Ashadul Ushud, Ita Novita.(2021). Keunggulan CMS selain dapat digunakan tanpa memiliki pemahaman dunia programming, juga dapat digunakan secara offline pada local server sebelum dipublikasikan secara online. Selain itu juga, menurut Rahmadi dalam (Gerlan Apriandy Manu, 2019) mengatakan CMS terdiri dari dua elemen, yaitu aplikasi manajemen isi dan aplikasi manajemen pengiriman isi. Dengan Content Management System maka akan dimudahkan dalam pembangunan *website* (Triayomi et al., 2023).

Sebelumnya pengimplementasian prestashop telah diteliti oleh Japit et al. (2021) dengan judul Perancangan Sistem Informasi pada Toko Pakaian Butet Menggunakan CMS Prsetashop, dan menghasilkan penelitian membangun toko online pada toko pakaian Butet dan berhasil membantu memasarkan melalui toko online menggunakan CMS Prestahsop. Dalam penelitian nya menggunakan metode (SDLC) *system development lifecycle* metode *waterfall* setelah observasi banyak konsumen yang memilih untuk transaksi secara online dengan melakukan transaksi dengan mudah dan singkat. Dengan begitu pemasaran dibutuhkan dengan cara membangun toko online. Selanjutnya diteliti oleh Ridho et al. (2023) dengan judul

Perancangan *Website* Penjualan Kebutuhan Aksesoris Game Menggunakan CMS Prestashop, penelitian ini menghasilkan *website* yang dapat menjangkau banyak pelanggan di seluruh Indonesia. Pembeli maupun penjual dapat bertransaksi tanpa bertemu langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Ridho dkk. menggunakan atau mengimplementasikan metode *prototyping* untuk mengetahui kebutuhan pengguna fungsional dan non fungsional. Kemudian peneliti tersebut juga menerapkan CMS prestashop yang dapat di *update* dengan mudah untuk menambah dan memperbaharui stok dalam toko online. Hal tersebut dapat membantu toko untuk memudahkan dalam memperbarui stok yang ada. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Astuti et al. (2019) dengan judul Sistem Informasi Penjualan Produk Kelompok Wanita Tani (KWT) Lestari Sejahtera, hasil penelitian berupa sistem Informasi Penjualan Produk KWT Lestari Sejahtera yang dibuat dengan CMS PrestaShop. Pengujian dilakukan dengan menggunakan black-box testing yang membuktikan bahwa pengguna telah mencoba sistem sesuai dengan jumlah 21 fungsional sistem dan 5 kasus uji dengan hasil 98% valid, 2% tidak valid dan *user acceptance testing* membuktikan bahwa 96% tester dapat menerima sistem yang dibuat. Hal ini berarti bahwa *website* layak untuk digunakan. Pemanfaatan *website* penjualan atau toko online telah terbukti sebagai metode yang sangat efektif dalam meningkatkan tingkat kepercayaan perusahaan-perusahaan dan merek-merek terkemuka dalam menjalankan kegiatan penjualan. Perusahaan-perusahaan dan merek-merek ternama umumnya mengadopsi sistem informasi *e-commerce* untuk mendukung proses penjualannya. Beberapa contoh perusahaan yang telah mengimplementasikan sistem penjualan *e-commerce* mencakup Ikea, yang mengoperasikan *platform* penjualan *furniture* secara online, Paragon Oak sebagai

perusahaan industri konstruksi juga menggunakan *website* penjualan online, Tesla yang memiliki platform penjualan mobil listrik secara digital, serta Buku Kita yang merupakan situs penjualan buku yang dimiliki oleh PT. Mitra Online Perkasa. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah perusahaan yang belum menerapkan sistem informasi penjualan, termasuk di antaranya adalah PT Maha Kreatif Industri.

PT Maha Kreatif Industri merupakan salah satu usaha dibidang perdagangan yang beralamat di Jl. Blora Gg. Buntu No.3a, Segala Mider, Kec. Tj. Karang Barat, Kota Bandar Lampung. PT Maha Kreatif Industri menjual kerajinan berupa kaca akrilik yang dipadukan dengan berbagai kreasi yang dapat dijadikan sebagai pajangan atau hadiah. Berkaitan dengan promosi produk-produk yang dijual PT Maha Kreatif Industri saat ini menggunakan spanduk dan menyebarkan foto-foto produk pada media sosial untuk diinformasikan kepada pelanggan, kelemahan cara ini adalah daya jangkau promosi yang terbatas hanya sebatas pertemanan, dalam pemesanannya pun pelanggan harus datang ketoko.

Permasalahan yang terjadi pada PT Maha Kreatif Industri diantaranya tidak bisa memasarkan produknya secara luas, biaya yang dikeluarkan cukup banyak, banyaknya para pesaing yang mulai menggunakan sistem penjualan online, tidak dapat menyediakan informasi yang update tentang produk yang dijual kepada konsumen, tidak adanya media penjualan online berupa *website*.

Dari identifikasi masalah di atas dapat disimpulkan bahwa PT Maha Kreatif Industri belum menerapkan sistem pemasaran produk secara luas atau online dikarenakan sistem yang digunakan bersifat manual/offline. Permasalahan selanjutnya yaitu biaya yang dikeluarkan cukup banyak untuk mencetak brosur atau spanduk yang digunakan dalam mempromosikan produknya. Permasalahan yang

dialami oleh PT Maha Kreatif Industri dapat diatasi dengan pengembangan sistem penjualan secara online. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti terdahulu yang mengembangkan *e-commerce* menggunakan CMS prestashop. Maka dari itu, dalam penelitian ini, penulis mengusulkan untuk mengembangkan sistem penjualan *e-commerce* di PT Maha Kreatif Industri. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh pelayanan, serta memudahkan *owner* dalam mengelola data produk dan pemesanan. Konsumen dapat melihat harga, kemudian mereka dapat memilih dan mengumpulkan produk apa saja yang akan dibeli kapan saja dan dimana saja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Penyebaran informasi produk baru yang dilakukan masih secara manual dengan membagikan poster dan pembuatan banner sehingga kurang efektif.
2. Pelanggan harus datang langsung ke PT Maha Kreatif Industri untuk memesan produk dan jasa.

Berdasarkan identifikasi dari latar belakang diatas maka didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana membangun sebuah sistem informasi penjualan dan penyebaran informasi produk yang lebih mudah dan efektif serta membantu PT Maha Kreatif Industri dalam memeriksa kesediaan produk.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sistem berupa data jenis produk, data produk, data order, keranjang belanja, dan transaksi pembayaran.
2. Fokus pada aspek teknis pengimplementasian prestashop, termasuk integrasi sistem, konfigurasi, dan pemeliharaan.
3. Penelitian ini tidak mendalam aspek pengembangan kustom atau melakukan analisis kinerja pada tingkat lanjut selama tahap implementasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membangun sebuah sistem penjualan produk dan jasa yang dapat digunakan oleh toko untuk melakukan pelayanan dalam pemesanan di PT Maha Kreatif Industri.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini adalah :

1. Membantu dalam menyebar informasi produk yang dijual oleh PT Maha Kreatif Industri.
2. Mempermudah para konsumen PT Maha Kreatif Industri untuk bertransaksi dan efisiensi waktu yang dikeluarkan.
3. Membantu proses penjualan dan pelaporan sesuai dengan kebutuhan PT Maha Kreatif Industri.

1.6 Keaslian Penelitian

1. Astuti et al. (2019) meneliti tentang Sistem Informasi Penjualan Produk Kelompok Wanita Tani (KWT) Lestari Sejahtera. Permasalahan yang di alami KWT Lestari Sejahtera adalah belum mempunya mempromosikan produk secara maksimal. Sampai saat ini, promosi dilakukan dari mulut ke mulut maupun dengan menyebarkan brosur. Oleh karena itu, untuk

membantu meningkatkan penjualan, peneliti memanfaatkan kemajuan teknologi. Hasil penelitian berupa sistem Informasi Penjualan Produk KWT Lestari Sejahtera yang dibuat dengan CMS PrestaShop.

2. Apriyatin et al. (2020) meneliti tentang E-commerce Berbasis Website Menggunakan CMS Prestashop untuk Ishop di Kota Tegal. Usaha yang dibuat Ishop difokuskan pada bidang pakaian dan aksesoris. Untuk memudahkan pelanggan dalam mencari produk dari Ishop tersebut dibutuhkan media pemasaran dan penjualan untuk menangani hal tersebut. Dalam hal ini, penulis menyarankan untuk membuat *e-commerce* dibandingkan menggunakan *marketplace* maupun *online shop* karena *e-commerce* dapat digunakan untuk menjual produk-produk dari pemilik *website* baik yang terbatas pada satu *brand* maupun bermacam-macam produk dari berbagai *brand*. Namun, produk tersebut tetaplah dijual oleh satu penjual saja, yakni pemilik *website* itu sendiri sehingga pemilik *website* dapat lebih fokus pada strategi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan Ishop itu sendiri. Kesimpulan pembuatan *website e-commerce* IShop di Kota Tegal menunjukkan bahwa *website e-commerce* untuk Ishop di Kota Tegal dapat diselesaikan dengan menggunakan CMS Prestashop
3. Japit et al. (2021) meneliti tentang Perancangan Sistem Informasi pada Toko Pakaian Butet Menggunakan CMS Prestashop. Penelitian ini merujuk pada keinginan peneliti untuk dapat mempermudah konsumen yang memilih untuk bertransaksi secara online dengan melakukan transaksi dengan mudah dan singkat. Dengan begitu penelitian ini menghasilkan toko online yang

dapat membantu toko pakaian butet dalam menjual dan mempromosikan pakaiannya.

4. Ridho et al. (2023) meneliti tentang Perancangan Website Penjualan Kebutuhan Aksesoris Game Menggunakan CMS Prestashop. Penelitian ini menghasilkan *website* yang dapat menjangkau banyak pelanggan di seluruh Indonesia. Pembeli maupun penjual dapat bertransaksi tanpa bertemu langsung. Kemudian peneliti tersebut juga menerapkan CMS prestashop yang dapat di *update* dengan mudah untuk menambah dan memperbaharui stok dalam toko online. Hal tersebut dapat membantu toko untuk memudahkan dalam memperbarui stok yang ada.
5. Zakaria & Annisa (2020) meneliti tentang Perancangan E-commerce Sebagai Strategi Penjualan Produk Batik Tenun Di Kota Kediri. Hingga saat ini, proses penjualan produk UMKM ini masih dilaksanakan secara konvensional, yakni melalui penjualan di toko yang tersebar di setiap rumah pelaku usaha. Proses penjualan konvensional ini dianggap tidak optimal karena pembeli harus mengunjungi toko batik tenun di Desa Bandar Kota Kediri secara langsung. Oleh karena itu, pembeli mengalami peningkatan biaya dan waktu yang signifikan untuk mendapatkan kain batik tenun yang diinginkan. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, peneliti menerapkan CMS Prestashop sebagai platform penjualan dan promosi produk guna memaksimalkan penjualan dengan jangkauan yang lebih

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah diteliti terdapat perbedaan yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

1. Sistem yang dikembangkan akan menambahkan konfigurasi chat guna memfasilitasi pelanggan dalam proses pemesanan. Hal ini dikarenakan PT. Maha Kreatif Industri tidak hanya menjual produknya, tetapi juga menyediakan layanan potong akrilik menggunakan mesin laser sesuai dengan desain yang diajukan oleh pelanggan.
2. Mengeksplorasi faktor-faktor strategis yang mempengaruhi keberhasilan implementasi melalui perbandingan penjualan dengan pelayanan potong akrilik.