

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gria Boutique merupakan salah satu butik yang bergerak dalam bidang jual-beli pakaian. Gria Botique memproduksi dan menjual pakaian antara lain baju anak, baju remaja, baju pria, baju wanita dan busana muslim yang dijual secara *offline*. Toko Pusat Gria Botique dibangun pada tahun 2013 dan berlokasi di Jl.Cihampelas Ruko Plaza No 46, Bandung, Jawa Barat.

Selama beberapa tahun setelah berdirinya Gria Boutique pemilik toko merubah nama toko menjadi Griya Ayucandra, media pemasaran yang digunakan oleh Griya Ayucandra belum menggunakan teknologi informasi yang ada dimasa kini. Media pemasaran atau promosi yang diterapkan Griya Ayucandra masih belum memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal sehingga membuat Griya Ayucandra tidak seimbang dengan butik pesaing lain yang bergerak dibidang penjualan baju didaerah Bandung, Indramayu dan sekitarnya. Karena, banyak butik pesaing yang lebih maju mempromosikan barang dagangannya kepada konsumen dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya *internet*. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dengan butik lainnya dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan inovatif untuk meningkatkan volume penjualan pada Griya Ayucandra ini.

Data bulanan pemasukan butik, setiap bulannya Griya Ayucandra mendapatkan pesanan 15 sampai 25 barang yang terjual untuk wilayah Bandung dan Indramayu, sedangkan yang tersedia 100 barang. Jadi barang yang terjual tiap bulannya hanya mencapai 25% dari keseluruhan jumlah barang yang ada. Pemilik butik mengharapkan 50% barang laku terjual setiap bulannya. Selain itu Griya Ayucandra berupaya memperluas jangkauan pemasaran yang tidak hanya meliputi Indramayu dan Bandung tetapi juga mampu menjangkau luar pulau Jawa.

Dengan adanya uraian tersebut maka dapat digunakan salah satu metode pemasaran yang sedang berkembang saat ini yaitu *e-commerce* dengan media *website*. *Website* yang mana telah diketahui oleh sebagian masyarakat adalah media penyebaran informasi yang sangat cepat, luas dan mudah digunakan dengan mudah. Dan hampir semua butik dari ukuran menengah kebawah hingga butik kalangan atas telah memanfaatkan penggunaan *website* untuk melakukan pemasaran dengan istilah *online shopping* atau pembelian *online*. Sangatlah penting untuk Griya Ayucandra mempromosikan dan memasarkan produk yang dijual secara *online* dalam media *website* untuk memajukan proses bisnis dalam butik tersebut, sehingga tujuan dan sasaran bisnis dari butik dapat tercapai.

Website yang dibuat untuk Griya Ayucandra diharapkan dapat membantu mengatasi masalah pemasaran yang ada pada butik. *Website* dibuat dengan menggunakan CMS dari Prestashop dengan bahasa pemrograman PHP serta penggunaan *database* MySQL. Prestashop merupakan salah satu program aplikasi yang digunakan untuk membangun sebuah toko *online*. Prestashop memudahkan

pengembang *website* untuk mengelola halaman Administrator dan halaman pengguna. Tampilan yang disediakan mempermudah pengaturan dalam pembuatan *webshopping*, Prestashop merupakan CMS yang di distribusikan secara gratis.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, media pemasaran butik belum memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal sehingga target pemasaran baru mencapai 25% dari target awal 50%.

1.3 Tujuan Penelitian

Membuat *website* yang dapat mempromosikan butik agar sesuai dengan pemanfaatan teknologi informasi saat ini. Dengan adanya pemanfaatan transaksi *online* diharapkan dapat meningkatkan target penjualan yang semula memiliki penjualan 25% dapat meningkat menjadi 50%.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1 Bagi Toko Griya Ayucandra

- a. Griya Ayucanda dapat melakukan penjualan selama 24 jam dan memperluas target pasar produksinya, karena sifat *internet* yang tidak mengenal batasan geografis.

- b. Sistem penjualan melalui *internet* dapat memberikan peningkatan penjualan produksi.

2 Bagi Pelanggan

- a. Dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya bagi pelanggan, karena transaksi dapat dilakukan tanpa harus datang ke toko.
- b. Mempermudah pelanggan mendapatkan informasi yang terbaru dan lengkap mengenai profil, produk, layanan dan jasa.

1.5 Sistmatika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi, gambaran penulisan secara garis besar dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang menjadi acuan dalam penulisan, yaitu mulai dari penjelasan tentang teknologi, dan pembuatan *database* yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan penulisan untuk melakukan penelitian dan rancangan antarmuka untuk aplikasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil pembuatan *website*, implementasi sistem, hasil pengujian pada sistem yang telah dibuat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang dibutuhkan dari hasil penelitian yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

