

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toko Jaya Mitra Abadi adalah sebuah toko usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan yang terletak di Kab.Serang Tamankrakatau blok G14 No.2 RT 06 RW 08, Kramatwatu Kecamatan Waringinkurung, Banten, Dengan berkembangnya zaman pada dunia era digital ini informasi transaksi penjualan dan pembelian online yang terjadi setiap hari pada toko harus bias bersaing di era digital karena untuk mempertahankan serta memberikan kepercayaan konsumen agar toko ini terus berkembang dan terus majua. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi dapat dilakukan melalui penggunaan system penjualan toko online yang akan dibuat pada toko jaya mitra abadi ini. Sistem penjualan ini merupakan sebuah system yang terdiri atas rangkaian pengolahan terdsedianya stok barang baru yang akan dicari untuk customer yang nantinya untuk dijual secara online untuk masyarakat yang ada disekitar kota ini maupun diluar kota, terhadap pengolahan data barang untuk menghasilkan informasi persediaan stok barang dan penjualan barang yang berguna dalam mempermudah manajemen barang yang nantinya untuk dijual. Untuk itu perlu dibangun sistem penjualan toko online berbasis web ini untuk kepentingan konsumen yang tidak bisa keluar rumah dikarenakan sedang ada wabahnya virus Covid ini oleh karena itu sebaiknya kita perlu merancang perdaganan online karena memang berbelanja online untuk saat ini sangat melonjak pesat.

Dengan berkembangn Teknologi internet kini sudah tidak asing lagi, kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat sangatlah mudah, dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Teknologi internet mempunyai dampak efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis. Dapat mengakses informasi barang dari mana saja baik dari harga, produk, dan melakukan transaksi pembelian.

Dalam dunia bisnis, salah satu sistem penjualan online toko sembako. Sistem penjualan sembako ini dapat diimplementasikan sebagai salah satu fungsi persediaan barang, Sistem penjualan online yang baik senantiasa dapat mengatasi masalah-masalah yang terjadi serta dapat menghasilkan informasi berupa hasil transaksi pembelian disetiap harinya secara cepat, tepat, dan akurat.

Data yang didapat dari pemilik toko untuk membantu promosi. Juga untuk mencangkup wilayah area penjualan masih sempit, karena itu diperlukann dukungan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu diperlukan fasilitas berupa toko online yang nantinya akan dibuat dengan *Php* dan Menggunakan *based*

Wordpress untuk mempermudah sipemilik toko untuk mengupdate tersedianya stok barang baru dengan customer untuk pemasaran produk yang akan dijual dari si pemilik toko.

Saat ini perkembangan teknologi informasi dari hari ke hari berkembang semakin pesat. Perkembangan teknologi memberikan banyak dampak terhadap kehidupan manusia, baik dari segi perekonomian, sosial, budaya, bahkan politik. Dampak nyata dari perkembangan teknologi yakni dengan adanya internet, Internet adalah jaringan dari computer yang saling terkait dimana internet memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi melalui berbagai situs yang tersedia di internet. SocMedFreakz (2013) juga mengaakan bahwa, internet merupakan salah satu bentuk penjualan langsung yang dapat memberikan keuntungan kepada konsumen yang dapat berupa penghemat waku berbelanja, tenaga, dan transaksi, karena dapat dilakukan dimanapun konsumen berada serta keuntungan bagi pembisnis ataupun peritel yaitu sebagai media penjualan serta memberikan penghematan biaya promosi, pemeliharaan, tenaga kerja dan lain sebagainya.

Penggunaan internet melonjak selama lebaran, masa libur akhir pekan panjang yang lalu, Telkomsel mencatat ada lonjakan trafic layanan data sampai dengan 39,7 *petabyte* atau tumbuh hampir 50%, 49% lebih besar dibandingkan lebaran tahun lalu," ujar Johnny dalam halal bihalal Kementerian Kominfo, Senin (17/5).

Johnny menyebut bahwa masyarakat telah melakukan migrasi ke dalam komunikasi digital. Hal itu sebagai salah satu dampak dari pandemi virus corona (Covid-19). Fenomena penggunaan internet yang semakin meningkat dan telah terbiasanya masyarakat berinteraksi dengan internet mendorong sebuah pola hidup baru yang lebih di kenal dengan belanja online, dimana masyarakat dapat melakukan pembelian hanya dengan mengakses internet, mengingat akan mudahnya akses internet pada zaman sekarang ini. Selain itu, Badan Pusat Statistik (BPS) bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga mencatat bahwa terciptanya pola hidup belanja online didorong oleh angka pertumbuhan penggunaan internet yang meningkat khususnya di Indonesia dan hal ini sesuai dengan data yang telah dipaparkan sebelumnya. Selain itu, dari gambar 1.2 yang menampilkan pola penggunaan internet di Indonesia juga memperjelas fenomena belanja online yang belakangan ini marak terjadi. Dari data tersebut terllihat bahwa 45,07% pengguna internet menggunakan akses internetnya untuk melakukan pembelian online.

KOMPAS.com juga mengungkapkan bahwa cukup banyak yang berbelanja online. Apalagi dengan adanya mewabahnya pandemi Covid-19 membuat perilaku konsumen dalam berbelanja mulai bergeser. Konsumen saat ini cenderung belanja online, terutama sejak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sudah diterapkan. Country Manager Exabytes Indonesia Indra Hartawan mengatakan bahwa telah terjadi kenaikan untuk pembelian domain .ID yaitu sebesar 23 persen, selama PSBB berlangsung di bulan April hingga Juni 2020. Data tercatat ada 95 persen peningkatan yang terjadi di bulan April hingga Juni dibandingkan periode di tahun sebelumnya. Menurut Indra, dengan adanya kenaikan angka ini menunjukkan bahwa UMKM mulai sadar bahwa sekarang perilaku konsumen berubah untuk belanja daring, sehingga mereka harus melakukan transformasi dari konvensional ke online agar dapat mempertahankan bisnis yang dimiliki. Masa pandemi pun dijadikan momentum untuk go digital oleh para UMKM. “Dengan go digital, bisnis pun bisa mengikuti perkembangan, dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga roda perekonomian terus bergerak,” katanya. Indra juga menambahkan bahwa selama pandemi kegiatan offline pun diubah menjadi online. Termasuk oleh kelas, seminar dan event yang dialihkan menjadi webinar online. Event Webinar Exabytes yang disiarkan ini pun tercatat telah diikuti lebih dari 1.900 peserta. Angka ini merupakan angka tertinggi daripada event offline.

Dari fakta tersebut maka peluang untuk membuka bisnis online semakin terbuka di Indonesia dan dianggap memiliki prospek yang sangat baik kedepannya. Selain itu, fakta ini juga sepertinya yang menjadi penyebab semakin banyaknya toko online di Indonesia. Techinasia.com (2013) juga mengungkapkan di Indonesia saat ini banyak toko online yang bermunculan seperti OLX, Zalora, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Berniaga, Amazon dan masih banyak lagi merak lain. Toko online pada dasarnya memiliki cara kerja dimana para pembeli dapat melihat produk yang ditawarkan melalui web. Online shopping ini dapat memungkinkan pembeli untuk berbelanja walaupun tidak pernah bertatap muka secara langsung dengan penjual, dan barang yang dibeli akan dikirim melalui jasa pengiriman barang setelah dilakukan pembayaran. Sehingga toko online ini sangatlah memudahkan bagi para konsumen baik dalam mencari, memilih, memesan dan bahkan mendapatkan barang yang mereka inginkan (Wordpress.com, 2013) Namun, semakin banyak dan menjamurnya toko online menjadikan tingkat kompetisi antara toko online sangatlah tinggi. Berbagai toko online mengedepankan strateginya agar dapat unggul dari toko online yang lainnya. Seperti adanya fitur COD (cash on delivery), menyediakan variasi produk yang beragam, memberikan pengiriman gratis dengan syarat tertentu, jaminan pengiriman barang, dan jaminan barang akan dikirim. Namun berbagai strategi tersebut pada umumnya hampir sama antara toko online yang satu dengan toko online lainnya yang menyebabkan strategistrategi tersebut bukan menjadi senjata utama dari sebuah toko online. Chatterjee dan Chaudhuri (2005) mendefinisikan brand trust sebagai kepercayaan pelanggan yang dibangun dari keandalan dan integritas dari sebuah merek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Dengan semakin ketatnya persaingan dan adanya tuntutan dari pasar perlukah untuk membuat sistem informasi toko online ?
2. Perlukah melakukan proses transaksi penjualan toko sembako dengan cara terkomputerisasi?
3. Apakah dibutuhkan alat bantu untuk karyawan dalam proses transaksi penjualan toko sembako yang dapat digunakan juga sebagai media penyimpanan data secara ringkas ?
4. Dapatkah pembuatan sistem web informasi dibuat menggunakan PHP, XAMPP, MySql database, Wordpress ?

1.3 Tujuan

Dalam penulisan tugas akhir ini terdapat beberapa tujuan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Membuat sistem yang terkomputerisasi dalam proses pengolahan data transaksi penjualan toko sembako berbasis web.
2. Memberikan informasi tentang hasil transaksi penjualan dalam proses pengolahan data transaksi penjualan toko sembako berbasis web.
3. Memberikan kemudahan dalam memproses serta menyimpan data-data transaksi penjualan toko sembako, sehingga karyawan akan lebih mudah dalam menjalankan tugasnya dalam proses transaksi penjualan toko sembako.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan pada penelitian tersebut adalah:

1. Memahami konsep-konsep pokok toko penjualan berbasis web
2. Membangun suatu sistem penjualan berbasis web yang meliputi promosi produk
3. Penjual dapat lebih mudah mengecek laporan penjualan
4. Dapat mempermudah proses transaksi antar bank untuk setiap pengiriman penjualan kepada konsumen melalui pembelian secara online.
5. Lebih aman dalam bertansaksi membeli barang produk ditoko resmi,

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I penulis menjelaskan tentang pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II ini menjelaskan landasan teori, tinjauan pustaka landasan teori, dan teori-teori masalah yang digunakan sebagai pendukung segala sesuatu yang berhubungan dengan topik penelitian tersebut.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab III ini memberikan uraian tentang metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini. Beberapa hal yang dijelaskan pada bab ini adalah kerangka kerja dan gambaran umum perusahaan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menjelaskan hasil yang diperoleh dari seluruh penelitian dan dilakukan pengujian terhadap hasil implementasi CMS pada *Wordpress*.

BAB V PENUTUP

Pada bab V ini penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang diadaptasikan dari penelitian dan saran untuk perkembangan lebih lanjut.