

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia yang sudah berdampingan dan berjalan bersama dengan kemajuan teknologi bukanlah suatu hal yang asing lagi saat ini (Khulaimi, 2022). Merambat pada berbagai sektor seperti Pertanian, Pendidikan, Peternakan, Pertanian, Pertahanan, Pemerintahan, Perekonomian, hingga kehidupan sehari-hari pun sudah tak lepas dari pemanfaatan teknologi (Ardianzah Pangka & Ali, 2024).

Salah satu pemanfaatan teknologi dalam sektor ekonomi bisnis diantaranya yaitu penjualan produk pada berbagai *platform* digital, hingga penggunaan teknologi dalam mengatur data produk. Hal tersebut tentunya membuat banyak pelaku usaha yang merasa terbantu dalam mengembangkan bisnisnya karena teknologi sudah membuat pekerjaan para pelaku usaha menjadi lebih efektif dan efisien (Alfan Rosid & Ardiansyah, 2024). Efektif karena dapat meraih lebih banyak konsumen atas produk yang tersebar secara massif dan dapat mengelola administrasi bisnis secara tersistem. Efisien karena terpusatnya data bisnis sehingga pencarian produk dapat dilakukan dengan lebih cepat dan pelaku usaha dapat memasarkan produknya dalam hitungan detik.

Para pelaku usaha pun dituntut untuk dapat beradaptasi dengan teknik penjualan yang semakin beragam baik secara *offline*, *online*, maupun *hybrid*. Terdapat berbagai macam tantangan penjual yang harus dihadapi untuk

mempertahankan bisnisnya. Selain harus memastikan kualitas produk yang ditawarkan pada target pasar, para penjual juga harus memastikan metode apa yang harus digunakan untuk membantu meningkatkan pemasaran serta penjualan produk mereka.

Pemasaran pada *marketplace* menjadi salah satu opsi yang paling umum digunakan untuk ekspansi target pasar para penjual. Secara instan produk akan terpampang dengan deretan produk penjual lain dan dapat menjangkau hingga ke berbagai belahan dunia. Beberapa *marketplace* yang familiar diantaranya yaitu Amazon, Shopee dan Tokopedia. Ada beberapa juga *platform* sosial media yang menambahkan fitur jual beli pada aplikasi mereka baik secara mandiri maupun berafiliasi dengan *platform* lain seperti yang ada pada Facebook, Instagram, Whatsapp Business, hingga Tiktok yang berafiliasi dengan Tokopedia. Tak jarang juga para pelaku usaha memasarkan produknya tak hanya di satu *platform*, namun mereka juga memasarkannya pada 2 hingga 3 *platform* sekaligus seperti pada studi kasus penelitian ini yaitu toko buku Pustaka Essensia yang memasarkan produknya melalui Shopee, Instagram, dan juga Whatsapp.

Toko buku Pustaka Essensia adalah salah satu usaha milik keluarga yang didirikan oleh ibu Mubarakah di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Saat ini toko tersebut berfokus pada penjualan buku Islami dan anak-anak. Disamping itu terdapat pula beberapa produk tambahan seperti aksesoris buku, bahan makanan, dan beberapa produk lainnya. Berdiri sejak 27 Oktober 2017 Pustaka Essensia memulai perjalanannya dengan berjualan buku secara *offline* dengan memanfaatkan teknik penjualan *mouth to mouth* dan memasarkannya pada *platform* Facebook. Tak

lama setelah itu beralih ke Instagram, hingga pada tahun 2018 merambah pada beberapa *marketplace* seperti Shopee dan Lazada. Namun saat ini hanya *marketplace* Shopee yang tetap bertahan dengan memiliki total sekitar 3,9 ribu produk yang tersedia serta 4,7 ribu pengikut.

Proses jual beli yang terjadi saat ini dilakukan melalui pembelian langsung di toko dan pembelian pada Shopee. Biasanya para pelanggan yang berlokasi di daerah Cilacap akan lebih memilih untuk mengunjungi, melihat-lihat toko, dan bertransaksi secara langsung. Bagi pelanggan yang berada diluar Kabupaten Cilacap akan memilih untuk memesan menggunakan *marketplace* Shopee agar mendapatkan potongan harga. Saat ini pembelian yang dilakukan secara langsung ditoko belum terdata secara sistem sehingga tidak dapat mengetahui statistik penjualan perbulannya. Sedangkan per-tanggal 9 Mei hingga 7 Juni 2024 statistik penjualan toko yang tercatat pada *dashboard marketplace* Shopee terdapat total 15,6 ribu produk dilihat, 4,9 ribu pengunjung, 347 pesanan, dan 97,9 ribu penjualan per pesanan berdasarkan rupiah. Dalam 3 bulan terakhir penjualan toko mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak terlalu jauh. Pada bulan April terdapat 249 Pembeli dengan omset kotor senilai Rp 23.540.635. Pada bulan Mei terdapat kenaikan pembeli sebesar 16,06% dengan 289 pembeli dan omset kotor naik 39,35% dengan nilai sebesar Rp 32.802.954. Dan untuk bulan Juni terdapat penurunan pembeli sebesar 1,04% dengan 286 pembeli dan omset kotor turun sebesar 9,10% dengan nilai Rp 29.817.587.

Observasi dan wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih tentang toko buku Pustaka Essensia. Diantaranya adalah mendapatkan informasi

terkait awal mula toko tersebut berjalan, sistem penjualan yang ada saat ini, jumlah penerbit yang terafiliasi, gambar dan deskripsi produk yang dijual, kategori produk yang dijual, hingga data statistik penjualan pada toko tersebut. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada pemilik Toko Buku Pustaka Essensia, menurut ibu Mubarakah dari sekian keuntungan yang ditawarkan dalam memasarkan produk pada *platform* seperti *marketplace* maupun social media, terdapat kekurangan yang perlu diwaspadai dan diminimalisir dampaknya oleh para penjual. Seperti terjadinya persaingan harga yang sangat mencekik, resiko kehilangan pelanggan, ketergantungan penjualan pada suatu *platform*, arus waktu naik turun yang tidak bisa diprediksi oleh penjual, hingga biaya administrasi *platform* yang kian hari kian meningkat.

Jika mempertimbangkan peningkatan kebiasaan Masyarakat yang banyak memilih melakukan transaksi jual beli secara *online* dibanding secara langsung dengan tatap muka sejak 2020 (Pratama, 2020), dan adanya kekhawatiran dari berbagai fenomena seperti persaingan harga yang terjadi di sosial media maupun *marketplace*, maka penting bagi pemilik toko buku Pustaka Essensia untuk membangun sebuah *website* informasi penjualan secara mandiri.

Dengan adanya *website* informasi penjualan toko buku Pustaka Essensia, akan dapat melengkapi kebutuhan pemilik toko dalam mengembangkan bisnisnya. Diantaranya pemilik toko dapat dengan bebas mengatur fitur dan informasi apa yang ingin ditampilkan pada *website* toko sedangkan pada *marketplace* apa yang ditampilkan sudah diatur sama antar satu dengan yang lain, pemilik toko dapat melihat data serta riwayat pembelian para pelanggannya sedangkan pada Shopee

hanya dapat melihat nama akun dan alamat pembeli saja, serta pemilik toko dapat menggunakan *website* sebagai sarana promosi pada Google dengan jangkauan yang lebih luas sedangkan fitur promosi pada Shopee lingkungannya hanya pada *marketplace* tersebut saja.

Keuntungan yang didapat jika menggunakan *website* toko diantaranya, dapat mengalokasikan biaya admin toko yang ada pada *marketplace* dengan memberikan promo maupun *reward* untuk para pelanggannya, serta dapat mendata *behavior* pelanggan dalam melakukan transaksi guna meningkatkan inovasi toko. Sedangkan keuntungan bagi pelanggan dengan adanya *website* ini selain mendapatkan informasi terpusat tentang Pustaka Essensia, pelanggan juga akan mendapatkan *point* pada setiap transaksinya yang mana *point* tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan penghargaan berupa potongan harga maupun promo menarik lainnya. Keuntungan lain dengan adanya *website* ini yaitu dapat memusatkan dan memperkuat kualitas informasi yang disajikan, serta meningkatkan kepercayaan para pelanggan setia maupun pelanggan baru yang berkunjung pada *website* Pustaka Essensia.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Faqih & Wahyudi, 2022) yang berjudul Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus: Matchmaker). Pada awalnya toko Matchmaker melakukan seluruh proses jual beli yang masih manual seperti pencatatan laporan penjualan yang masih ditulis tangan diatas kertas pada buku folio yang rentan akan kesalahan dalam pencatatan. Setelah hadirnya sistem informasi penjualan berbasis *website* proses jual beli pada toko tersebut menjadi lebih mudah dan cepat. Pelanggan dapat dengan mudah

melakukan pembelian produk Matchmaker pada *website*, hingga pencatatan data laporan penjualan produk dapat didata dan diolah secara sistematis.

Dalam perancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* pada toko buku Pustaka Essensia digunakanlah metode *Fountain*. Metode tersebut adalah hasil pengembangan dari metode terdahulu yaitu metode *Waterfall*, namun metode *Waterfall* bersifat statis tidak dapat di tukar atau didahului alurnya sedangkan metode ini lebih dinamis (Sain dkk., 2024). Alur dari metode *Fountain* yaitu berawal dari analisis, spesifikasi kebutuhan, desain, *coding*, pengujian dan integrasi, operasi, serta *maintenance* ataupun evolusi. Metode ini dirasa cocok karena didalamnya terdapat alur penting yang diperlukan pada penelitian ini seperti analisis, desain, pembuatan baris kode, hingga pengujiannya. Selain itu metode ini dianggap fleksibel karena dapat mendahului beberapa alur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan membahas tentang Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan Metode *Fountain* (Studi Kasus : Toko Buku Pustaka Essensia).

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimanapun perkembangan teknologi kedepan, *website* akan menjadi sebuah kebutuhan yang sangat krusial bagi Toko Buku Pustaka Essensia. Dengan dibangunnya sistem informasi pada Toko Buku Pustaka Essensia maka dapat menjawab beberapa pertanyaan terkait masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana rancang bangun *website* sistem informasi penjualan toko buku Pustaka Essensia?

- b. Bagaimanakah hasil pengujian *website* informasi penjualan toko buku Pustaka Essensia?

1.3. Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan dalam melakukan penelitian terkait rancang bangun sistem informasi pada Toko Buku Pustaka Essensia, diantaranya:

- a. *Payment Gateway* yang digunakan untuk melakukan transaksi pada *website* yaitu menggunakan layanan Midtrans.
- b. Bahasa yang digunakan dalam pembuatan *website* adalah HTML, CSS, MySQL, Php, dan juga Javascript.
- c. *Website* dibangun dengan menggunakan *Framework Laravel, Bootstrap*, dan *VueJs*.
- d. Terdapat 3 hak akses *website* yang berbeda bagi pengguna, yaitu :
 1. Pengunjung (*Viewer*) : Hanya dapat melihat produk dan kontak person
 2. Pembeli (*User*) : *Login*, ubah data, melakukan pemesanan, melakukan transaksi, dan mendapat *loyalty points*
 3. Admin : *Login*, ubah produk, statistik penjualan, dan memproses pesanan

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian terkait rancang bangun sistem informasi pada Toko Pustaka Essensia diantaranya adalah:

- a. Merancang dan membangun sistem informasi penjualan yang dapat memberikan keleluasaan kontrol pemilik toko dalam berinovasi pada Toko Buku Pustaka Essensia.

- b. Memastikan pengguna *website* toko buku Pustaka Essensia dapat mengoperasikan sistem dengan baik dan tidak ada kendala pada sistem dengan dilakukan pengujian sistem menggunakan pengujian *Blackbox*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini akan memberikan berbagai manfaat bagi Toko Buku Pustaka Essensia:

- a. Toko Buku Pustaka Essensia mempunyai sistem informasi yang dikelola secara mandiri
- b. Sistem dapat digunakan untuk melakukan transaksi penjualan yang aman diluar *marketplace*
- c. Biaya potongan admin pada transaksi yang terjadi di *marketplace* dapat dialokasikan untuk operasional lain
- d. Meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan pada Toko Buku Pustaka Essensia
- e. Meningkatkan loyalitas pelanggan dengan berbagai promo dan *Loyalty Point*