

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dinamika dunia wirausaha yang sudah modern ini, diawali dengan pembangunan perusahaan-perusahaan yang terjadi, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri, bidang perdagangan, ataupun bidang jasa. Sehingga banyak perusahaan yang menggunakan media-media periklanan untuk memasarkan produknya (Maimunah, Ilamsyah, & Ilham, 2016). Persaingan yang kini semakin ketat menyebabkan perusahaan harus mampu menciptakan strategi promosi, dan kualitas pelayanan yang menarik untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen. Karena kepuasan dari konsumen sama dengan keberhasilan dari suatu perusahaan (Gulla, Oroh, & Roring, 2015).

Menurut penelitian yang dikerjakan oleh Pradipta (2015), perkembangan teknologi saat ini membuat beralihnya *media* periklanan yang biasanya di promosikan lewat brosur, reklame, *radio* dan televisi ke *media internet*, *internet* merupakan teknologi yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi produk dengan daerah cakupan yang sangat luas melebihi *radio* dan televisi. *Website* mempunyai pengaruh yang sangat besar terutama di bidang pemasaran, dan menjadi kebutuhan untuk bisnis. Pada saat ini *internet* merupakan media yang digunakan dalam pemasaran yang bersifat global, suatu informasi dapat dengan gampang disebarluaskan. hal ini dapat dibuktikan dengan adanya *website*, sebagai bentuk yang nyata dalam mempengaruhi dunia bisnis dan memiliki dampak yang besar pada masa depan *electronic commerce* (EC). Contohnya *online shop* yang

belakangan ini sedang populer karena penggunaanya yang efisien (Supriyanta & Nisa, 2015).

E-commerce dapat di definisikan sebagai suatu proses beli, jual, transfer melalui jaringan yang disebut sebagai internet. Dengan aktivitas bisnis *e-commerce*, maka perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dengan lebih mudah. Sehingga produk akan lebih dikenal oleh masyarakat banyak, dengan adanya *e-commerce* proses transaksi yang awalnya bersifat konvensional menjadi *modern* dengan tersedianya transaksi *online* seperti *Paypal*, Klik BCA, dan Mandiri *Online* (Pradana, 2015).

CV.Sinarmas Tejarayah merupakan grosir yang menjual beraneka ragam *interior* rumah di Batam, sebagian besar *interior* yang dijual adalah produk lokal yang berasal dari daerah yang berbeda di Indonesia seperti Bandung, Palembang, Jakarta dan sebagian lagi dari Malaysia. CV ini berdiri sejak tahun 2004 yang beralamatkan di Komplek Ruko Senawangi Asri, Jalan Brigjend Katamso, Batu Aji, Batam, Kepulauan Riau. Sistem *marketing* yang beroperasi saat ini memakai reklame dan brosur, sehingga informasi yang disampaikan terbatas dan kurang efektif dalam penjualan produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, CV.Sinarmas Tejarayah membutuhkan sistem baru untuk mempublikasi dan menjual produk yang akan di tawarkan, yakni dengan memanfaatkan sistem *e-commerce*, Karena itu penulis memiliki ide untuk membuat judul laporan **“Perancangan Website E-Commerce di CV.Sinarmas Tejarayah”**.

1.2 Ruang Lingkup Proyek

Sistem yang akan penulis rancang adalah *website e-commerce* yang dapat membantu pemasaran produk. Dibawah ini adalah Ruang lingkup proyek yang penulis rancang:

1. Implementasi yang terdiri atas foto produk, jumlah produk yang tersedia, nominal harga produk, dan penjelasan *detail* mengenai bahan produk tersebut.
2. *Website* yang dirancang menyediakan fungsi pemesanan, konfirmasi pemesanan, pelaporan keuangan, dan pembayaran *online*.
3. *Client* dapat membeli produk melalui *website* dan dapat melakukan *search product*
4. *Website* yang dibuat memakai bahasa pemrograman *Javascript, PHP*, dan memakai *database Mysql*.

1.3 Tujuan Proyek

Mengenai tujuan dari kerja praktek yang dilakukan oleh penulis terletak pada poin-poin berikut:

1. Membuat rancangan *website e-commerce* yang memiliki fungsi penjualan.
2. Dengan adanya *website e-commerce* ini profit dan produktivitas perusahaan akan meningkat.
3. Mengimplementasikan ilmu yang diajari oleh dosen kepada penulis di Universitas Internasional Batam (UIB) dengan menghasilkan karya yang dapat digunakan dalam suatu perusahaan.

4. Sebagai syarat sidang skripsi dan kelulusan Strata 1 (S-1).
5. Sebagai upaya pengabdian penulis kepada masyarakat khususnya di bidang ilmu komputer di Universitas Internasional Batam.

1.4 Luaran Proyek

Hasil yang diharapkan dari proyek kerja praktek ini adalah *website e-commerce* yang dapat membantu pemilik bisnis dalam penggunaannya sebagai sarana untuk menyampaikan harga dan informasi mengenai produk secara *detail*.

1.5 Manfaat Proyek

Berikut adalah manfaat yang didapatkan saat melaksanakan kerja praktek sebagai berikut:

1. Bagi penulis, dapat menambah pengalaman dan pengetahuan penulis dalam lingkungan kerja.
2. Bagi perusahaan, dapat mengimplentasikan sistem *e-commerce* pada CV untuk melakukan penjualan produk secara *online*.
3. Bagi akademisi, dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa yang melakukan penelitian sejenis ataupun yang berhubungan dengan perancangan proyek ini.

1.6 Sistematika Pembahasan

Penjelasan mengenai materi yang ditulis oleh penulis dalam laporan kerja praktek ini dengan sistematika penulisan yang terdiri dari 7(tujuh) bab yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan latar belakang dalam membuat proyek, ruang lingkupnya, tujuannya, luarannya, dan manfaat.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini menjelaskan jurnal yang menginspirasi penulis dalam perancangan berdasarkan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan.

BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bagian ini menjelaskan identitas dari perusahaan, struktur organisasi, aktivitas kegiatan operasional, dan sistem yang saat ini digunakan.

BAB 4 METODOLOGI

Bagian ini menjelaskan metode yang dilakukan dalam memperoleh informasi yang nantinya digunakan untuk perancangan.

BAB 5 ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN

Bagian ini menjelaskan analisa dari pengumpulan *data* pada tiap perancangan berupa *diagram* dan desain antarmuka.

BAB 6 IMPLEMENTASI

Bagian ini menjelaskan implementasi sistem yang telah penulis uji dan kondisi setelah pengimplementasian terjadi.

BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini menjelaskan kesimpulan dan saran terhadap peneliti lain yang nantinya akan melakukan penelitian sejenis.