

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini menjadikan informasi sebagai pilar penting dalam berjalannya kegiatan operasional suatu usaha demi tercapainya tujuan yang diinginkan oleh pengusaha. Pengetahuan akan informasi tentang suatu produk merupakan hal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan untuk pembelian produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan secara lengkap, relevan dan akurat, serta tidak memandang apakah perusahaan tersebut kecil atau besar bagi calon pembeli.

Dengan semakin pesatnya perkembangan internet, telah memberikan dampak positif bagi semua kalangan. Internet juga menjadi salah satu infrastruktur komunikasi yang termurah dan dengan tingkat penerimaan yang luas baik itu bagi pihak perusahaan ataupun masyarakat umum.

Pada awalnya, internet diciptakan pada tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika, *Defense Advance Research Projects Agency* atau yang lebih dikenal dengan sebutan DARPA. Lembaga tersebut mengadakan riset mengenai bagaimana cara menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk sebuah jaringan organik yang pada akhirnya terciptalah jaringan internet yang telah kita kenal selama ini.

Internet dirancang oleh manusia sebagai media elektronik berbasis komputer dihubungkan ke penjuru dunia agar lebih cepat dalam penyampaian informasi melalui teknologi komputer. Internet merupakan singkatan kata dari *interconnection-networking*, apabila dijabarkan secara global maka internet merupakan jaringan komputer di seluruh penjuru dunia yang saling terhubung satu sama lain dengan menggunakan *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sehingga komputer dapat saling terhubung untuk saling bertukar informasi.

Seorang pengguna internet dapat memanfaatkan akses internet untuk berbagai hal seperti mencari informasi terbaru, transaksi bisnis, *download* dan

upload data, serta berbagai macam kegiatan lainnya yang dapat user lakukan bersama internet dan *website*. Hal yang menarik dari internet adalah tidak mengenal adanya batas negara, ras, status sosial, kelas ekonomi, ideologi dan faktor-faktor lainnya yang dapat membantu terbaginya informasi secara bebas. Para penyedia jasa internet saling berlomba-lomba untuk memberikan tarif internet murah dan bahkan gratis demi memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, tak lupa desain *website* yang menarik dan interaktif dapat menjadi nilai tambah bagi visitor atau pengunjung suatu *website* untuk betah dan kembali lagi ke *website* tersebut.

Website dan internet merupakan dua bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam hal teknologi informasi, *website* merupakan salah satu media informasi yang diciptakan untuk memberikan berbagai informasi kepada pengunjung *website* tersebut. *Website* juga memiliki berbagai macam jenisnya, mulai dari *website* dinamis yang bisa dimodifikasi tanpa harus memanggil si pembuatnya yang biasa disebut dengan *Content Multimedia System* (CMS) hingga *website* statis yang isi/konten *website* hanya bisa dirubah oleh si pembuat *website*. Dua jenis *website* ini memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing dalam berbagai aspek.

Semakin meningkatnya komunitas bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari secara tidak langsung telah menciptakan sebuah *domain* dunia baru yang kerap disebut dengan "*cyberspace*" atau dunia maya. Dunia maya berbeda dengan dunia nyata (real world), *cyberspace* memiliki karakteristik yang unik dimana seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke internet. Hilangnya batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif secara langsung dapat merubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dengan konsumennya atau perusahaan lain.

Peter Fingar mengungkapkan bahwa pada prinsipnya *E-Commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi

rintangan waktu dan ruang yang selama ini menjadi faktor utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain tersebut harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan yang sebenarnya terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *E-Commerce* untuk meningkatkan kinerja dan *output* dalam bisnisnya.

Salah satu trend yang menyertai bisnis dalam jaringan internet saat ini adalah *E-Commerce*. *E-Commerce* memberikan keunggulan yang sangat menonjol yaitu akses informasi produk 24 jam, dapat diakses dari segala penjuru dengan biaya yang relatif murah dan kemudahan-kemudahan lainnya. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika sekarang banyak organisasi bisnis yang mulai merambah ke dalam *E-Commerce*.

Toko Hadi Songket merupakan salah satu toko kain yang menjual aneka souvenir khas Palembang seperti songket, blongsong, tajung, jumputan, dan lain sebagainya. Toko ini berlokasi di Pasar 16 Baru Blok B 53, Komp. Ilir Barat Permai Depan Mall PIM Palembang.

Sang Pemilik Toko, Hadi As-Syatiri memiliki keinginan untuk membuat tokonya lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas dan memperluas daerah pemasaran usahanya yang dengan salah satu caranya adalah membuat *website E-Commerce* atau yang biasa dikenal dengan Toko *Online*.

Berdasarkan informasi diatas, maka penulis memilih tugas akhir sebagai berikut: **“Perancangan Website *E-Commerce* pada Toko Hadi Songket Berbasis PHP dan MySql”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis uraikan diatas yang menjadi permasalahan dalam laporan akhir ini, antara lain:

- a. Bagaimana merancang *website E-Commerce* pada Toko Hadi Songket sehingga dapat menyajikan informasi tentang produk yang akan dijual?
- b. Bagaimana pengujian media informasi pemesanan berbasis *website* pada Toko Hadi Songket?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Perancangan *website E-Commerce* ini dilakukan hanya pada Toko Hadi Songket yang berlokasi di Pasar 16 Baru Blok B 53, Komp. Ilir Barat Permai Depan Mall PIM Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, penulis memiliki tujuan yaitu membuat sistem informasi penjualan berbasis *website*, sehingga dapat memberikan kemudahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentang barang yang akan dijual, memperluas area pemasaran dari Toko Hadi Songket dan juga menyediakan laporan penjualan barang serta laporan member yang mendaftar di *website* ini.

1.4.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi Pemilik Toko

Mempermudah dalam menawarkan dan melakukan pemasaran barang yang akan dijual, sehingga ruang lingkup pemasarannya menjadi lebih luas.

b. Bagi Akademik

Sebagai literatur bagi mahasiswa lain yang akan membuat tugas akhir yang berhubungan dengan sistem penjualan berbasis web.

c. Bagi Umum

Sebagai media untuk mencari informasi tentang penjualan songket, blongsong, tajung, dan souvenir khas Palembang lainnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Perancangan *website E-Commerce* ini dilakukan hanya pada Toko Hadi Songket yang berlokasi di Pasar 16 Baru Blok B 53, Komp. Ilir Barat Permai Depan Mall PIM Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2007:87), adapun jenis data berdasarkan cara memperolehnya, antara lain:

a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objek, dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data dan diolah langsung dari objek penelitian yaitu Toko Hadi Songket.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk membuat laporan akhir ini, penulis menggunakan 2 macam metode pengumpulan data, yaitu:

a. Studi Pustaka

Penulis memanfaatkan sumber-sumber tertulis dengan mengumpulkan dan mempelajari data yang diperoleh dari buku dan sumber tertulis lainnya yang terdapat di internet yang dijadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

b. Wawancara

Dengan menggunakan metode wawancara, penulis mendapatkan informasi secara detail tentang biografi perusahaan, desain *website* yang diinginkan oleh perusahaan.

1.5.4 Analisa Data

Teknik analisis dan metode analisa yang digunakan oleh Penulis adalah metode kualitatif. Metode Kualitatif merupakan data-data yang tidak berbentuk angka namun berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tetapi masih dalam bentuk keterangan saja. Teknik analisa kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkan dengan teori yang ada.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan Laporan Akhir ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai isi Laporan Akhir secara ringkas dan jelas, sehingga dapat menggambarkan isi dari setiap bab dan menggambarkan hubungan antar bab. Dalam penulisan Laporan Akhir ini penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai dasar-dasar dan arah serta permasalahan yang akan dijelaskan, yaitu:

- 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul
- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Metode Pengumpulan Data
 - 1.5.4 Analisis Data
 - 1.5.5 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulis akan mengemukakan teori-teori serta pendapat para ahli yang dapat mendukung Laporan Akhir ini, antara lain:

2.1 Internet

2.1.1 Pengertian Internet

2.1.2 Sejarah Internet

2.2 *E-Commerce*

2.2.1 Pengertian *E-Commerce*

2.2.2 Sejarah *E-Commerce*

2.2.3 Perkembangan *E-Commerce*

2.2.4 Penggolongan *E-Commerce*

2.2.5 Kunci Sukses *E-Commerce*

2.2.6 Hambatan *E-Commerce*

2.3 Konsep Dasar Sistem dan Informasi

2.3.1 Pengertian Sistem

2.3.2 Karakteristik Sistem

2.3.3 Daur Hidup Sistem

2.4 Konsep Dasar Informasi

2.4.1 Pengertian Informasi

2.4.2 Nilai Informasi

2.5 Pengertian Sistem Informasi

2.6 PHP

2.7 MySQL

2.8 CSS3

2.9 Adobe Dreamwaver CS6

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Penulis menjelaskan tentang keadaan umum perusahaan sebagai objek penelitian untuk mengetahui bagaimana bentuk kegiatan yang dilakukan, yaitu mengenai:

3.1 Sejarah singkat Perusahaan

3.2 Visi dan Misi Perusahaan

3.2.1 Visi

3.2.2 Misi

3.3 Struktur Organisasi Perusahaan

3.3.1 Struktur Organisasi

3.3.2 Pembagian Tugas

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis akan menganalisa berdasarkan data yang telah diperoleh, dimana penulis akan membahas mengenai:

4.1 Perancangan Database

- a. Admin
- b. Produk
- c. Kategori
- d. *News*
- e. Pelanggan
- f. *Slider*
- g. Testimonial
- h. Transaksi Rinci
- i. Transaksi

4.2 Perancangan Halaman *User Interface* Pengunjung

- a. *Index*
- b. *Home*
- c. Detail Produk
- d. Katalog Produk
- e. *Cara Order*
- f. Syarat dan Ketentuan
- g. Tentang Kami
- h. Tulis Testimonial
- i. Testimonial

- j. Keranjang Belanja
- k. Transaksi Selesai

4.3 Perancangan Halaman *Administrator*

- a. *Login Admin*
- b. *Home*
- c. Admin
- d. *Edit Admin*
- e. Produk
- f. Edit Data Produk
- g. Kategori
- h. Edit Data Kategori
- i. *Slider*
- j. Edit Data *Slider*
- k. *News*
- l. Edit Data *News*
- m. Laporan

4.4 Perancangan Alur Sistem Belanja melalui *Website*

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan mencoba menyimpulkan hasil tugas akhir serta memberikan saran atas hasil penelitian. Adapun isi dari bab ini sebagai berikut:

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

TABEL-TABEL

GAMBAR-GAMBAR

LAMPIRAN