

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi informasi seperti *website* berkembang sangatlah pesat. Dunia usaha juga telah memanfaatkan *website* dalam penjualan dengan metode *E-Commerce*. Metode ini dapat merubah yang dulunya hanya berdagang dengan ruang lingkup tertentu dan sekarang lebih luas dengan adanya layanan internet yang telah memudahkan transaksi berdagang dalam bentuk *Web E-Commerce*. *Web E-Commerce* telah banyak digunakan di toko-toko kecil sampai perusahaan yang sangat besar dikarenakan sistem persaingan usaha seperti penjualan sekarang ini sangat ketat sehingga perlu teknologi yang lebih maju contohnya *Web E-Commerce* ini.

DiSumatra Selatan khususnya ada banyak sekali toko-toko yang menjual makanan, baju, cendra mata atau berbagai macam hasil pertanian yang masih belum bisa memanfaatkan teknologi *E-Commerce*.

Menurut Indrajit (2001), *E-Commerce* didefinisikan sebagai cara bagi seorang konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan secara online. *E-Commerce* digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan (customer), atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. *karena ada begitu banyak sekali toko yang menjual ciri khas Sumatra selatan* sistem penjualan yang digunakan oleh mereka masih memakai system offline dan saat ini masih menggunakan fasilitas Instagram facebook atau social media lainnya dalam promosi dagangannya. Transaksi penjualannya masih secara manual atau bisa dikatakan ketika konsumen membeli barang di toko maka bukti pembayarannya masih berbentuk kertas nota yang ditulis tangan oleh karyawan toko. Karna belum adanya *E-Commerce* sehingga penjualannya masih minim atau bisa dikatakan penjualannya masih berada di lokal saja (Sumatra Selatan).

Sistem penjualan yang dulunya penghasilannya kecil, dengan menggunakan *E-Commerce* akan dapat mempermudah komunikasi antara konsumen dan produsen, memperluas jangkauan calon konsumen dengan target pasar yang tidak terbatas, mempermudah pemasaran dan promosi barang ataupun jasa, pembayaran atau payment yang mudah dan dapat dilakukan secara online.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti melakukan suatu pengembangan untuk mawadahi para local brand yang ada di Sumatra selatan dengan membuat web *E-Commerce*. Penelitian tersebut akan dijadikan sebagai Skripsi dengan judul **“PENGEMBANGAN *E-COMMERCE* MOLA FEST UNTUK PRODUK & MEREK LOKAL KHAS SUMATRA SELATAN”**. Dengan cara *E-Commerce* diharapkan para konsumen dari dalam kota maupun luar kota dapat memesan produk yang akan dibeli melalui E-Commerce yang akan di buat.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *“Bagaimana Pengembangan E-Commerce Mola Fest Untuk Produk & Merek Lokal Khas Sumatra Selatan”*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berikut adalah beberapa identifikasi masalah pada aplikasi toko kopi cap kucing :

1. Molafest masih menggunakan cara konvensional dalam pemasaran produknya sehingga sangat membutuhkan media internet berbasis web mobile sebagai media penyampaian informasi untuk meningkatkan target penjualan
2. Molafest membutuhkan sistem penjualan sekaligus media promosi dan penyebaran informasi yang dapat di akses pelanggan secara luas.
3. Molafest membutuhkan sistem penjualan yang dapat di gunakan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah Pengembangan *E-Commerce Mola Fest Untuk Produk & Merek Lokal Khas Sumatra Selatan*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memudahkan perusahaan dalam mempertahankan, mendapatkan pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta memudahkan dalam pemberian informasi kepada pelanggan
2. Memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan mengenai teori yang berkaitan dengan penelitian meliputi teori Customer Relationship Management, dan gambaran umum objek.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini memberikan rancangan sistem yang terdiri dari rancangan usecase, diagram activity rancangan interface serta desain rancangan database.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang hasil dari perancangan dan pembangunan beserta pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan dan saran dari hasil penelitian ini.

