

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi *E-Commerce* merupakan sebuah alternatif tempat jual dan beli yang sudah diterima oleh masyarakat umum. Perkembangan *E-Commerce* yang tinggi berdampak pada berbagai dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan adanya evolusi TI, perubahan kebiasaan, perubahan demografi, dan pelatanaan pelanggan membuat organisasi mengadopsi *E-Commerce*. *E-Commerce* menjadi cara bisnis berjualan dengan cara yang mudah dan menyajikan fungsionalitas sistem yang memenuhi kebutuhan pengguna. Pencarian pada *E-Commerce* memungkinkan pelanggan melakukan filterisasi, pengurutan dan menyesuaikan dengan hasil pencarian produk yang diinginkan(Haryanti & Subriadi, 2022).

Popularitas *E-Commerce* semakin bertambah ketika perekonomian dunia terdampak pandemic Covid-19. Situasi ini menyebabkan dampak yang besar pada industri baik skala mikro dan makro. Sehingga, dengan industri bisnis mengadopsi *E-Commerce* untuk bisa tetap bertahan di era pandemi. Hal ini akan berdampak panjang hingga membentuk kebiasaan bagi masyarakat dalam pola berbelanja antara konvensional dan online. *E-Commerce* menyediakan peluang bagi semua orang yang memulai bisnis atau menambah channel bisnis tanpa adanya halangan (Fadilah dkk., 2022).

PT. GMU Karya Tech merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan barang untuk kebutuhan instansi dan kebutuhan umum dengan konsep model bisnis *business-to-business* (B2B) dan *business-to-consumer* (B2C) yang berlokasi di Jalan Kompi Barantai, Desa Cubadak Mentawai, Kecamatan Pariaman Timur, Kota Pariaman. Perusahaan ini fokus pada tiga bidang utama yaitu peralatan listrik rumah tangga, penerangan jalan dan komputer beserta perlengkapannya. Dengan ragam produk yang komprehensif, PT. GMU Karya Tech berperan penting dalam menyediakan barang berkualitas tinggi guna memenuhi berbagai kebutuhan instansi dan kebutuhan umum. Sistem pembelian yang dilakukan saat ini masih menggunakan sistem manual yang dimana pelanggan datang langsung ke toko atau lewat telephone untuk membeli barang dan membuat kontrak perjanjian pengadaan

barang bagi pelanggan instansi.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, perusahaan ini mempunyai beberapa kendala seperti sering terjadi keterlambatan pembayaran dari pihak instansi setelah barang diterima, yang berdampak pada kestabilan arus kas perusahaan. Kedua, perusahaan masih mengalami kesulitan dalam menjangkau instansi-instansi baru sebagai calon pelanggan, terutama karena keterbatasan dalam penyediaan media promosi dan penyampaian informasi produk secara luas dan profesional.

Merespons permasalahan tersebut, pengembangan sistem *E-Commerce* menjadi solusi strategis yang dapat diterapkan. *Website E-Commerce* tidak hanya berfungsi sebagai media penjualan, tetapi juga dapat dilengkapi dengan berbagai fitur seperti integrasi *payment gateway*, pembuatan invoice digital, manajemen pemesanan, serta sistem notifikasi pembayaran yang terstruktur. Selain itu, keberadaan *website* dapat meningkatkan citra profesional perusahaan dan menjangkau calon pelanggan dari berbagai segmen secara lebih luas. Website ini akan menyajikan fitur lainnya seperti fitur rekomendasi barang, kategorisasi barang, filterisasi dan rating untuk memudahkan dalam pencarian barang, pengkategorian barang berdasarkan harga, jenis barang dan rating yang diberikan. Dengan demikian, diharapkan proses pembelian menjadi lebih efisien dan efektif.

Untuk memastikan bahwa sistem yang dibangun benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna dan karakteristik bisnis perusahaan, pengembangan website ini akan menggunakan metode *Prototyping* yang memungkinkan penyempurnaan berdasarkan umpan balik pengguna. Pendekatan ini diambil untuk memastikan bahwa hasil akhir benar-benar dapat memenuhi kebutuhan perusahaan serta memberikan pengalaman pengguna yang optimal, baik untuk internal perusahaan maupun pelanggan. Dengan adanya *Prototyping*, perusahaan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang fitur dan fungsi dari *website*, serta melakukan penyesuaian yang diperlukan di setiap tahap pengembangan.

Implementasi proyek ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi PT. GMU Karya Tech, terutama dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional dalam melayani kebutuhan instansi dan pelanggan lainnya. *Website* ini tidak hanya

akan mempermudah pelanggan dalam mencari informasi produk, tetapi juga memungkinkan PT. GMU Karya Tech untuk berkompetisi lebih baik dalam era digital saat ini.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang dihadapi oleh PT. GMU Karya Tech dalam pengembangan platform digital dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengatasi keterlambatan pembayaran dari pihak instansi setelah barang diterima, agar arus kas perusahaan tetap stabil?
2. Bagaimana cara menjangkau calon pelanggan secara lebih luas dan efektif?
3. Bagaimana merancang dan membangun sebuah website *E-Commerce* yang dapat memfasilitasi proses penjualan produk PT. GMU Karya Tech secara daring kepada pelanggan umum (*B2C*) dan instansi (*B2B*)?
4. Bagaimana penerapan fitur *E-Commerce*, seperti integrasi sistem pembayaran (*payment gateway*), manajemen pemesanan, dan sistem *invoice* digital, dapat membantu mengatasi permasalahan keterlambatan pembayaran dari pelanggan instansi?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pengembangan proyek ini, terdapat beberapa batasan yang perlu diperhatikan untuk memastikan kelancaran dan fokus pengembangan, yaitu:

1. Sistem yang dibangun mencakup fungsi dasar *E-Commerce*, yaitu menampilkan katalog produk, pemesanan oleh pelanggan umum (*B2C*) maupun pelanggan instansi (*B2B*), sistem permintaan penawaran barang untuk pelanggan instansi, proses pembayaran melalui integrasi dengan *payment gateway* (Midtrans), serta pembuatan dan pengelolaan *invoice* digital.
2. Sistem ini hanya dikembangkan untuk sisi pengguna (pelanggan), admin dan owner dalam perusahaan, serta tidak mencakup pengelolaan kurir atau logistik secara otomatis.
3. Pengembangan akan mengikuti metode *Prototyping*, dengan penyempurnaan berbasis umpan balik dari pengguna internal dan calon pelanggan.

- Platform ini dikembangkan untuk lingkungan berbasis web, sehingga tidak mencakup pengembangan aplikasi *mobile* secara spesifik.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membangun sebuah sistem *E-Commerce* berbasis website yang dapat mendukung proses penjualan produk pada PT. GMU Karya Tech, baik kepada pelanggan individu *B2C* maupun instansi *B2B*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan sistem informasi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi perusahaan, khususnya dalam hal pengelolaan transaksi, keterlambatan pembayaran, dan perluasan jangkauan pelanggan.

1.4.2 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- Membantu PT. GMU Karya Tech dalam memperluas jangkauan pasar melalui platform digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.
- Mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan dan pembayaran produk secara online dengan sistem yang terstruktur.
- Mengurangi risiko keterlambatan pembayaran dari pihak instansi melalui sistem pembayaran terintegrasi dan pembuatan *invoice* otomatis.
- Meningkatkan efisiensi operasional perusahaan melalui fitur manajemen stok yang mempermudah pengawasan ketersediaan barang.
- Menjadi langkah awal digitalisasi sistem penjualan dan administrasi PT. GMU Karya Tech dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.