

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-commerce atau perdagangan elektronik telah mengubah cara bagaimana bisnis dilakukan di seluruh dunia. dalam dua dekade terakhir, e-commerce telah berkembang dengan sangat cepat sehingga menjadi salah satu sektor ekonomi yang tumbuh paling cepat di dunia. Hal ini mungkin karena dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perubahan atau sikap dari konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan teknologi pada kehidupan sehari – hari (Prasetyo, 2023). Pada tahun 2020, konsumen mengeluarkan uang untuk berbelanja sebanyak ratusan miliar dollar secara daring dan Perusahaan mengeluarkan triliunan dolar untuk transaksi digital ini, tren ini diprediksi akan meningkatkan hingga sebelum tahun 2050. Keadaan ini melahirkan kesempatan untuk pemilik bisnis untuk beradaptasi dan memanfaatkan peluang yang ada. Bagi para konsumen, perubahan ini diharapkan memberikan kesejahteraan, sementara bagi dunia usaha, pemahaman tentang e-commerce menjadi inti dalam Menyusun strategi bisnis dan juga pemasaran yang efektif (Fajarwati, 2020).

Berdasarkan Wawancara yang sudah dilakukan bersama dengan Ibu Honny Hanafi, Rafalmer adalah sebuah UMKM yang bertujuan atau berfokus pada bidang penjualan busana, kue dan tas, yang pada awalnya memulai kegiatan jual beli menggunakan platform media sosial WhatsApp untuk menerima pesanan dari para pembelinya. Pada kegiatan ini, proses penjualan dilakukan secara langsung menggunakan chat, dimana proses seperti pemesanan, pembayaran, dan pengaturan pengiriman semuanya dikelola secara manual melalui chat tersebut. Walaupun cara ini memberikan proses jual beli yang lebih dekat kepada pelanggan, namun seiring bertambahnya jumlah pesanan dan keinginan para pembelinya tentang kemudahan berbelanja, cara ini mulai menunjukkan kelemahannya.

Dari Wawancara sebelumnya didapatkan sebuah detail dari tantangan UMKM ini adalah Proses jual beli manual melalui WhatsApp memakan waktu karena pemilik UMKM harus membalas chat satu per satu terkait stok, harga, dan pembayaran. Pesan pembeli sering terlewat jika penjual sedang sibuk, sementara

chat dari pembeli yang hanya penasaran justru menambah beban komunikasi. Kondisi semakin sulit saat banyak pesan masuk bersamaan sehingga penjual kewalahan merespons, apalagi jika ada permintaan foto produk yang membebani memori perangkat. Selain itu, chat juga terbagi antara pemesanan dan retur barang, yang jika lambat ditangani dapat menurunkan kepercayaan pelanggan. Kurangnya sistem otomatis untuk pesanan, stok, dan retur membuat bisnis sulit berkembang saat menghadapi banyak pembeli.

Untuk menangani berbagai tantangan itu, Rafalmer mengambil keputusan untuk membuat situs web toko online pribadi dengan mengaplikasikan metode Prototyping. Pendekatan ini dipilih sebab memungkinkan pengembangan sistem perangkat lunak melalui demonstrasi atau pembuatan prototipe awal, pengujian berbagai alternatif desain, serta penelusuran kebutuhan, permasalahan, dan solusi yang sesuai dengan pengguna (Taufiq dkk., 2023). Metode ini mendukung tahap pengembangan sistem dengan merancang dan menilai prototipe sebelum sistem dikembangkan sepenuhnya. Di samping itu, pengguna bisa memahami desain sistem dari tahap awal dan memberikan masukan yang diperlukan agar sistem yang dikembangkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (Atmaja dkk., 2023).

Sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah yang berfokus pada penjualan pakaian, kue, dan tas, Rafalmer memutuskan untuk membangun situs web toko online sendiri dibandingkan bergabung dengan *platform e-commerce* besar. Keputusan itu diambil agar Rafalmer dapat mengatur produk, transaksi, dan interaksi dengan pelanggan secara langsung, serta menampilkan identitas dan ciri dari produknya secara bebas tanpa tergantung pada kebijakan pihak ketiga. Hasil penelitian mengatakan bahwa situs web toko online yang dikembangkan telah memberikan fitur untuk mengelola produk, persediaan, pelanggan, dan pesanan dalam satu sistem yang terintegrasi. Sistem ini mendukung pencatatan rincian produk, pengelolaan transaksi, pemantauan persediaan, dan pengelolaan pesanan pelanggan yang sebelumnya dilakukan lewat *WhatsApp*. Dengan adanya penelitian ini, proses bisnis Rafalmer dapat dilaksanakan melalui sistem berbasis *web* sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam pembuatan proyek akhir ini akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM membutuhkan sistem penjualan yang dapat menggantikan proses jual beli manual melalui WhatsApp yang terstruktur.
2. Pembeli membutuhkan ketersediaan informasi produk dan stok barang yang dapat diakses setiap saat tanpa menunggu respons dari penjual.
3. Diperlukan pengelolaan retur barang yang lebih terstruktur agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga.

1.3 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas, batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi ini menggunakan *database Mysql*.
2. Aplikasi ini menggunakan kerangka kerja atau *Framework Laravel*.
3. Model toko online pribadi ini berfokus pada penjualan busana, kue dan tas yang dibuat oleh UMKM Rafalmer.
4. Sistem yang dibuat berupa website yang digunakan oleh Pemilik, Karyawan dan Pembeli UMKM.
5. Aplikasi ini tidak mencakup layanan pengiriman dan juga fitur *recommendation*, dan pelacakan pesanan secara langsung atau *realtime*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas, maka didapatkanlah tujuan dari penelitian ini sebagai berikut

1. Merancang dan membangun sistem penjualan berbasis digital yang dapat menggantikan proses jual beli manual melalui *WhatsApp* sehingga lebih efisien, terstruktur, dan mudah digunakan.
2. Menyediakan mekanisme penyediaan informasi produk dan stok barang secara otomatis agar pelanggan mendapatkan informasi yang akurat tanpa menunggu respon penjual.

3. Mengembangkan sistem pengelolaan retur barang untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari Pembuatan Model Toko Online Pribadi ini adalah:

1. Mempermudah proses penjualan dengan sistem yang terorganisir. Sehingga mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi produk dan stok.
2. Mempermudah pemilik UMKM untuk memasarkan produknya tanpa harus menggunakan media sosial yang bisa membuat terjadinya Spam.
3. Membantu pemilik UMKM dalam menerima dan mengelola permintaan retur barang.