

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

E-Commerce (perdagangan elektronik) adalah proses jual beli produk dan jasa yang dilakukan secara online, memanfaatkan jaringan *internet* dan perangkat sebagai alat untuk mendukung kegiatan bisnis [1]. Adanya *e-commerce* di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut [2], yang pertama, perkembangan *smartphone* sangat cepat, karena saat ini sebagian besar orang memiliki perangkat tersebut. Kedua, kemampuan beli masyarakat Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Ketiga, masyarakat kini semakin memahami teknologi, sehingga mereka lebih mudah beradaptasi dengan inovasi baru. Selain itu, situasi ini juga dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 (*Coronavirus disease*) yang terjadi selama setahun terakhir. Pandemi telah memengaruhi cara masyarakat memenuhi kebutuhan mereka, memaksa mereka untuk mengurangi transaksi tatap muka dan beralih ke platform *e-commerce* sebagai langkah pencegahan terhadap penularan virus Covid-19 [3]. *E-commerce* di Indonesia telah tumbuh antara 5 hingga 10 kali lipat selama pandemi Covid-19, dengan peningkatan jumlah pelanggan baru mencapai 51%. Namun, proses pengiriman atau distribusi barang mengalami keterlambatan akibat pembatasan transportasi yang diberlakukan selama masa *lockdown* [4].

Aktivitas kerja dari rumah selama pandemi Covid-19 telah mengubah kebiasaan dan perilaku masyarakat, yang menjadi bagian dari adaptasi menuju situasi normal yang baru (*New Normal*). Perubahan ini dapat memengaruhi berbagai aspek, termasuk kondisi ekonomi. Dampak pandemi terhadap ekonomi sangat signifikan, mengakibatkan kesulitan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok dan lainnya, yang pada gilirannya mengurangi pendapatan mereka. Oleh karena itu, *e-commerce* berpotensi untuk meningkatkan penghasilan masyarakat di Indonesia. [5]. Keberadaan *e-commerce* membawa banyak manfaat serta pengaruh positif

dalam aktivitas pemasaran, salah satunya adalah kemudahan dalam mempromosikan produk dan layanan secara interaktif dan *real-time* melalui *internet*. Distribusi barang dapat mencakup wilayah yang lebih luas. Informasi produk dapat disampaikan secara *digital*, sehingga lebih efisien dalam hal biaya dan waktu, mulai dari proses pemesanan hingga pengiriman produk. Pelanggan dapat menikmati layanan yang lebih cepat tanggap dan memperoleh informasi yang detail, serta mendapatkan balasan langsung secara *online*. Hal ini memungkinkan diterapkannya kustomisasi massal pada produk yang akan dipasarkan. [6].

Penjelasan *e-commerce* diatas menunjukkan bahwa pemasaran menggunakan sistem informasi dapat dilakukan melalui aplikasi dan situs web. *Website* ialah kumpulan halaman yang menampilkan berbagai informasi dalam bentuk laporan *digital*, termasuk teks, gambar, musik, dan lainnya, yang dapat diakses melalui jaringan *internet* [7]. Sebelumnya telah diuraikan bahwa pembuatan *website* penjualan *online* memungkinkan *business owner*, baik itu usaha kecil, produsen rumahan, maupun *company* menengah hingga besar, untuk memanfaatkannya sebagai sarana memperkenalkan perusahaan serta produk-produknya [8].

Penelitian diterapkan pada toko UD Keluarga, UD Keluarga merupakan salah satu usaha dagang yang awalnya berada di Jln Limau Mungkur, Desa Dagang Kerawan, Kec. Tanjung Morawa, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara (20362). UD Keluarga ini didirikan oleh satu *owner* (pemilik) pada tahun 2010 ketika ia masih menjadi karyawan di sebuah pabrik, dengan alasan mencoba untuk berjualan produk yang lagi tren pada saat itu. Ternyata tak disangka produk tersebut laris terjual dan bahkan setelah itu banyak permintaan dari *customer*. UD Keluarga awalnya hanya fokus menyediakan dan menjual produk *fashion* saja khususnya *fashion* wanita, namun seiring berjalan waktu dan bertambahnya pelanggan produk yang di jual semakin berkembang dan saat ini UD Keluarga menyediakan dan menjual produk-produk kebutuhan rumah tangga sesuai permintaan para pelanggannya.

UD Keluarga ini memiliki fasilitas yang mendukung untuk melakukan aktivitas jual beli secara *offline*, namun UD Keluarga ini mengalami kendala dalam penyebarluasan promosi usaha dagang dan penjualan produk-produk ke lingkup yang lebih luas, misalnya saja ke luar dari lokasi UD tersebut berada. Sementara itu masalah lain yang kerap terjadi adalah pencatatan laporan penjualan yang dilakukan secara manual dengan media buku, sehingga menimbulkan kesulitan untuk mencari data yang telah ditulis pada buku. Sebabnya, penelitian ini menyarankan untuk merancang sebuah *website* toko *online* agar membantu mempromosikan produk toko tersebut ke lingkup yang lebih luas, mengetahui lokasi UD Keluarga berada dengan mudah, serta sebagai pelaporan keuangan yang lebih terstruktur serta rinci.

Metode yang akan diterapkan pada penelitian ini ialah Metode *Agile*. Metode *Agile* dan Metode *Waterfall*, keduanya adalah metode yang umum digunakan dalam manajemen proyek IT. Metode *Agile* adalah pendekatan pengembangan yang bersifat iteratif dan menekankan pada fleksibilitas, sementara Metode *Waterfall* mengikuti urutan yang terstruktur dari *step* pertama hingga *step* akhir. Metode *Agile* memungkinkan adanya fleksibilitas untuk melakukan perubahan terhadap kebutuhan selama proses pengembangan proyek berlangsung. Sementara itu, metode *Waterfall* tidak memberikan ruang untuk mengubah kebutuhan begitu tahap pengembangan proyek telah berjalan. Berdasarkan penelitian dengan Metode yang sama dari Steven Hendrawan, Augie David Manuputty, dan Budi Haryanto [9], rancang bangun *website* toko *online* karena fleksibilitasnya dalam menghadapi perubahan, fokus pada kebutuhan pengguna, dan kemampuan untuk mengembangkan produk secara bertahap. *agile* juga menawarkan pendekatan yang dinamis dan responsive, dengan penggunaan metode *agile* diharapkan meningkatkan keberhasilan pada penelitian ini.

Untuk memudahkan peneliti dalam mengembangkan sistem informasi toko *online*, yaitu sebuah *website e-commerce* yang akan diterapkan pada UD Keluarga, dirumuskan penelitian berjudul “Rancang

Bangun *Website Toko Online* Dengan Metode *Agile* Studi Kasus: Usaha Dagang Keluarga”. Dengan terciptanya sistem ini, diharapkan bisa mempermudah proses belanja bagi konsumen untuk berbagai produk, serta berfungsi sebagai media promosi dan informasi melalui situs web. Selain itu, juga *website* ini diharapkan bisa mempermudah menangani masalah yang dialami oleh UD Keluarga [10].

Melalui platform *website*, transaksi jual beli antara pemilik dan pembeli menjadi lebih mudah. Terdapat beberapa keuntungan bagi pengguna khususnya bagi pembeli, mereka dapat melihat berbagai produk yang dijual dan melakukan pembelian secara *online* tanpa perlu mengunjungi toko secara langsung. Bagi pemilik (penjual), dapat dengan mudah dan efektif mempromosikan toko mereka kepada lebih banyak orang. pemilik juga dapat memasarkan produk yang dijual dengan lebih efisien. Selain itu, laporan penjualan dapat disusun dengan rapi dan mudah diakses, baik untuk periode harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan.

Terdapat beberapa perbandingan antara *website* pribadi dan platform *marketplace* lainnya. [11]. Marketplace terkenal seperti Tokopedia dan Shopee memiliki basis pengguna yang besar dan sudah mapan. Pada *marketplace*, penjual tidak memiliki kendali atas desain yang ditampilkan dan harus mematuhi aturan serta kebijakan yang ditetapkan oleh platform tersebut. Saat membangun toko *online* di *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee, tingkat ketergantungan terhadap platform tersebut sangat tinggi. Misalnya, jika platform mengalami gangguan atau *downtime*, hal ini dapat berdampak negatif pada penjualan toko, penjual tidak dapat mengakses data tentang perilaku dan kebiasaan belanja pelanggan dan penjual tidak dapat mengetahui kapan masalah tersebut akan teratasi. Selain itu, penjual harus mengikuti metode pembayaran yang ditawarkan oleh platform.

Dengan adanya *website* toko pribadi, dapat meningkatkan kepercayaan melalui penggunaan nama *domain* (situs) *website*, yang pada gilirannya juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran merek (*brand*

awareness). Oleh karena itu, pengembangan *website* ini dapat membantu mengurangi persaingan dengan kompetitor lain yang menjual produk serupa. Selain itu, memiliki *website* pribadi juga dapat meningkatkan keaslian dan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan. Pemilik toko atau penjual memiliki kontrol penuh atas *website* mereka, termasuk dalam hal desain, pengalaman berbelanja pengguna atau pembeli, serta fitur dan informasi yang ingin disampaikan kepada pengunjung *website*. Pemilik leluasa menerapkan metode pembayaran sesuai kebutuhan dan perilaku pelanggan, mudah mengumpulkan informasi mengenai kebiasaan dan perilaku pelanggan. Hal ini memungkinkan penjual untuk mengembangkan toko mereka dan merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif berdasarkan data yang valid [12].

1.2. Perumusan Masalah

Latar belakang yang telah dituliskan secara rinci, menjelaskan adanya sebuah permasalahan yaitu keterbatasan jangkauan pemasaran, pencatatan masih menggunakan buku sehingga data sering tidak terkontrol, dan jual beli konvensional sehingga perlu diperluas lagi dengan *website*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana merancang *website* Toko Online Usaha Dagang Keluarga menggunakan Metode *Agile*?

1.4. Batasan Masalah/ruang lingkup

Menurut pemaparan yang telah dituliskan, tercipta batasan-batasan masalah, yaitu:

1. Observasi dilakukan di lingkungan Usaha Dagang Keluarga
2. Perancangan *website* untuk peningkatan penjualan serta pemasaran pada Usaha Dagang Keluarga.
3. Pembayaran menggunakan sistem manual.
4. Pengujian memanfaatkan *Black box*.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah di paparkan sebelumnya, maka dilakukan penelitian untuk merancang *website* Toko *Online* menggunakan metode *Agile* pada UD Keluarga sebagai sarana penjualan dan pemasaran.

1.6. Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari tugas akhir ini:

1. Bagi Peneliti,
 - a. Tujuan dari proses pembuatan *website* toko online adalah untuk meningkatkan kemampuan analisis, perancangan, dan pengembangan. Dengan demikian, peneliti akan menjadi lebih mahir dalam menggunakan teknologi dan bahasa pemrograman yang relevan.
 - b. Meningkatkan pengalaman praktis dalam merancang sebuah *website* yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lembaga.
2. Bagi Institusi,
 - a. Institusi akan memperoleh keuntungan dari meningkatnya reputasi dan kredibilitas sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan penelitian yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industri.
 - b. Penelitian ini memiliki potensi untuk membuka peluang kolaborasi dan kerja sama dengan industri *e-commerce*, sehingga kampus dapat merancang program pendidikan dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan industri..
3. Bagi Masyarakat,
 - a. Masyarakat akan mendapatkan kemudahan dalam berbelanja produk melalui *website* toko *online*, tanpa harus datang ke toko fisik secara langsung. Hal ini memudahkan pembeli untuk mendapatkan produk dengan cepat dan mudah.

- b. Pemilik toko dapat menyampaikan pesan dan promosi produk secara lebih efektif dan luas melalui *website*, sehingga meningkatkan kesadaran dan penjualan produk. Masyarakat dapat mendapatkan informasi terbaru mengenai promosi dan penawaran produk.