

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

G-Shop adalah sebuah toko yang menjual berbagai *smartphone*, *tablet* serta berbagai produk sejenisnya dengan berbagai merk ternama. Merk-merk tersebut seperti Samsung, Lenovo, Asus. G-Shop juga menyediakan aksesoris untuk berbagai jenis *smartphone* yang ada saat ini.

Sejauh ini G-Shop sudah cukup banyak mendapatkan pelanggan namun hal ini tentu tidaklah mengurungkan niat G-Shop untuk mencari pelanggan yang lebih lagi. G-Shop mencoba memasarkan produk mereka juga via *online* dengan bantuan *online shop* yang sudah banyak dipakai saat ini. *Online shop* tersebut antara lain Tokopedia (www.tokopedia.com) dan juga BukaLapak (www.bukalapak.com). Dengan penjualan melalui pemasaran via *online* tersebut juga G-Shop banyak terbantu dalam mencari pelanggan baru, meski begitu jumlah pelanggan baru yang didapat belum sesuai dengan harapan. Hal ini juga dikarenakan banyak sekali toko yang menjual berbagai produk *smartphone* dengan harga yang cukup bersaing, sehingga perlu usaha lebih untuk dapat menarik minat pembeli. Penjualan via *online shop* yang telah ada ini pun ternyata memiliki beberapa batasan antara lain tidak dapat menampilkan review produk secara detail, komentar produk dari pelanggan, serta kritik dan saran atau pertanyaan seputar produk yang dijual. G-Shop pun berencana membuat website *online shop* sendiri dengan fitur yang cukup lengkap untuk sebuah *online shop*.

Setelah melihat hal ini, G-Shop akan dibuatkan sistem penjualan online dalam bentuk *online shop*. Pelanggan dapat membukanya melalui *browser* dan memilih barang yang diinginkan. Dalam pemilihan tersebut pelanggan akan dapat terbantu dengan *review* dan pembahasan yang cukup tentang produk apa yang cocok dan cukup memenuhi kebutuhan pelanggan. Pihak G-Shop pun dalam hal ini admin dapat melakukan pengaturan barang dan pembelian kepada supplier dengan sistem ini. Selain itu tujuan utama G-Shop tetap tidak ditinggirkan yaitu menarik pelanggan baru.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana melakukan pencatatan data pemesanan?
2. Bagaimana memberikan data transaksi yang telah dilakukan?
3. Bagaimana cara untuk mendapatkan informasi tentang pelanggan?
4. Bagaimana cara untuk dapat menarik pelanggan baru?

1.3 Tujuan Pembahasan

Tujuan Pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Pencatatan data pemesanan akan menggunakan fitur shopping cart dari pelanggan agar dapat tercatat di basis data.
2. Cara memberikan data transaksi kepada pelanggan adalah dengan menggunakan fitur *history* penjualan, agar pelanggan dapat mengetahui bahwa produk yang pelanggan pesan sudah tercatat.
3. Cara untuk mendapatkan informasi tentang pelanggan adalah dengan membatasi hak akses pelanggan. Untuk mendapat hak akses penuh, maka pelanggan yang telah memiliki *ID* diwajibkan untuk *login*, namun jika belum memiliki *ID*, maka pelanggan bisa melalui proses registrasi.
4. Cara untuk dapat menarik pelanggan baru adalah dengan menyediakan promo pada pelanggan baru serta diskon pada saat hari-hari tertentu, yaitu seperti ulang tahun pelanggan, ulang tahun toko, hari-hari raya besar seperti lebaran, natal dan tahun baru yang tergabung dalam *event based marketing*.

1.4 Ruang Lingkup Kajian

1.4.1 Hardware

Untuk perangkat keras minimum yang dibutuhkan agar aplikasi dapat berjalan adalah sebagai berikut :

- Windows 7
- 1 gigahertz (GHz) atau prosesor yang lebih cepat
- RAM 1 GB
- Koneksi Internet

1.4.2 Software

Untuk membuat sistem pemesanan online ini akan menggunakan Net Beans, Aptana dan Notepad++ dengan bahasa pemrograman WEB PHP. Untuk basis datanya akan dibuat dengan Mysql XAMPP.

1.4.3 Aplikasi

Batasan aplikasi dibuat berdasarkan pengguna dibagi menjadi 2 yaitu Admin dan Pelanggan :

- Fitur yang dapat dilakukan oleh Admin adalah pengelolaan data barang, pengelolaan data supplier, pembelian barang, melakukan retur pembelian, melihat data transaksi pembelian, pengelolaan data penjualan, dan melihat data retur penjualan.
- Fitur yang dapat dilakukan oleh Pelanggan adalah pengelolaan data pelanggan, melihat data barang serta mememesannya dan mendapatkan data transaksi.
- Metode *CRM* menerapkan teori *CRM* oleh Roger Joseph Baran.
- Metode riset pasar dan segmemntasinya menerapkan teori Riset Pasar oleh Dr. Ir. Eddy Soeryanto Soegoto.

1.5 Sumber Data

Sumber data primer yang dibutuhkan diambil dari wawancara kepada pihak yang bersangkutan. Sedangkan sumber data sekunder diambil dari :

1. Buku-buku yang berhubungan dengan informasi untuk pembuatan aplikasi dan laporan.
2. Pencarian informasi dari internet.

1.6 Sistematika Penyajian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan pembahasan, ruang lingkup kajian, sumber data, serta sistematika penyajian dari tugas akhir ini.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

BAB III ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas secara lengkap mengenai pemodelan dan diagram alir. Sistem kerja dari aplikasi, perancangan desain aplikasi, dan penjelasan sistem.

BAB IV PERANCANGAN

Bab ini berisi kumpulan *screen shot* dan digunakan untuk menjelaskan setiap fungsi utama yang dibuat dalam aplikasi.

BAB V PEMBAHASAN DAN UJI COBA HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi pengujian dan analisa terhadap masing-masing fungsi dari aplikasi. Laporan dari pengujian tiap fungsi / metode yang dibuat dalam metode blackbox testing.

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan dan saran untuk sistem ini yang dapat digunakan untuk perkembangan aplikasi.