

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Universitas Kristen Maranatha merupakan salah satu universitas swasta terbaik yang ada di kota Bandung. Sejak didirikan pada tanggal 11 September 1965, Universitas Kristen Maranatha terus mengembangkan sayapnya dalam dunia pendidikan. Diawali dengan Fakultas Kedokteran pada tahun 1965, kini Universitas Kristen Maranatha menaungi 9 Fakultas dengan 4 Program Diploma, 18 Program Sarjana, 3 Program Profesi, dan 4 Program Pascasarjana. Universitas Kristen Maranatha sampai saat ini terus berkembang, bukan hanya kualitas namun juga kuantitas atau tingkat populasi civitas akademika yang antara lain adalah para mahasiswa, dosen, rektor, dan karyawan. (Maranatha)

Dari sekian banyaknya populasi pada civitas akademika tersebut, terdapat sebagian orang yang sudah terjun dalam dunia bisnis atau wirausaha, yaitu penjualan barang dan jasa. Sebagian orang tersebut memilih untuk terjun dalam dunia bisnis atau kewirausahaan karena mereka memiliki kebutuhan lebih, contohnya yaitu untuk membiayai kuliahnya, menabung demi masa depan, berinvestasi atau bahkan dalam menyelesaikan salah satu mata kuliah akademik yang ada pada Universitas Kristen Maranatha, dosen kerap kali memberikan tugas ataupun memberikan persyaratan kelulusan dengan mengharuskan mahasiswanya untuk terjun dalam dunia bisnis atau kewirausahaan baik secara langsung mau pun tidak langsung.

Dengan *e-commerce* kegiatan jual-beli dan pemasaran untuk civitas akademika tersebut akan semakin berkembang dan terstruktur. *E-Commerce* atau *electronic commerce* adalah teknologi kini yang memungkinkan transaksi jual-beli dilakukan secara *online* dari sudut tempat mana pun. *E-Commerce* dapat diklasifikasikan menjadi *business to business* (B2B) dan *business to consumer* (B2C). (Hidayat, 2008)

MaShopious yaitu aplikasi *e-commerce* berbasis web yang dibuat dengan tujuan memasarkan produk barang mau pun jasa dengan algoritma apriori, menjembatani penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi sehingga transaksi

lebih efisien dan mempermudah penjual dalam menjangkau dan mengarahkan target ke pada pasar yang ada, yaitu kepada civitas akademika tersebut, sehingga web MaShopious diharapkan dapat membantu, mempermudah, dan dapat menjadi wadah pemasaran bagi civitas akademika Universitas Kristen Maranatha.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah-masalah yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana cara agar civitas akademika Universitas Kristen Maranatha dapat memasarkan produk yang ditawarkannya?
2. Dengan kebutuhan dan spesifikasi yang telah terdefinisi, bagaimana merealisasikan aplikasi MaShopious berbasis web guna mendukung pemasaran produk bagi civitas akademika Universitas Kristen Maranatha dalam jangka panjang?

1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari pembuatan laporan ini diantaranya sebagai berikut :

1. Merancang aplikasi yang dapat mewadahi pemasaran pada civitas akademika Universitas Kristen Maranatha.
2. Mengimplementasikan algoritma apriori dalam pemasaran guna merealisasikan aplikasi MaShopious berbasis web dalam jangka panjang.

1.4 Ruang Lingkup

Penelitian ini akan membahas perancangan *website e-commerce* dengan melakukan pendekatan algoritma apriori yang dimanfaatkan sebagai *user profiling* guna menampilkan rekomendasi produk yang cocok untuk setiap pelanggannya dan guna analisa produk.

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk penelitian dan pembuatan web ini diperoleh dari:

1. Data Primer

Data Primer diperoleh dari hasil *survey* / kuesioner, observasi terhadap kebutuhan dan ruang lingkup e-commerce yang sudah ada.

2. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh dari buku, *website*, blog, dan jurnal.

1.6 Sistematika Penyajian

Sistematika laporan penelitian ini terbagi dalam enam bab, berikut penjelasan mengenai laporan tugas akhir Perancangan MaShopious:

Bab 1 Pendahuluan.

Materi dari bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan pembahasan, batasan masalah/ruang lingkup, sumber data dan sistematika pembahasan.

Bab 2 Kajian teori.

Materi dari bab ini membahas penjelasan teori mengenai hal-hal yang akan dibahas pada laporan ini, serta *tools* yang berhubungan dengan perancangan *website*.

Bab 3 Analisis dan rancangan sistem.

Materi dari bab ini membahas analisa dan rancangan atau *prototype website* tersebut, dan juga proses-proses bisnis terkait topik penelitian tugas akhir.

Bab 4 Implementasi.

Materi dari bab ini membahas mengenai implementasi analisis dan rancangan *website* dengan memanfaatkan *tools plug-in*.

Bab 5 Pengujian.

Materi dari bab ini membahas pengujian dari implementasi perancangan *website* tersebut.

Bab 6 Simpulan dan saran.

Materi dari bab ini menguraikan kesimpulan dari perancangan *website* dalam bentuk saran atau solusi.