BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Website *e-commerce* merupakan terobosan baru yang semakin marak digunakan oleh para pengusaha untuk melakukan kegiatan promosi pada usahanya kepada khalayak luas dan melakukan marketing dengan cara yang praktis serta efisien. E-commerce adalah salah satu strategi pemasaran baru yang dilakukan dengan cara membuat toko-toko online yang terdapat pada dunia maya. Toko-toko online ini dapat diakses dan dilihat dengan berkoneksi terhadap jaringan internet.

Pada jaman sekarang ini, *website e-commerce* sudah menjadi hal yang sering kita dengar. Perkembangan *website e-commerce* di Indonesia pun cukup berkembang pesat. Bahkan sering kali kita tidak menyadari bahwa apa yang sedang kita lihat atau kita pakai itu adalah bagian dari *website e-commerce* . Dari *website e-commerce* tersebut kita dapat melihat penjualan barang-barang *electronic* ,keperluan rumah tangga, keperluan sekolah, dan masih banyak lagi.

Perkembangan *website e-commerce* juga dapat memudahkan kita untuk mencari barang yang kita butuhkan ataupun barang yang kita inginkan. Oleh sebab itu penulis bertujuan untuk membuat sistem marketing sebuah *website e-commerce* untuk penjualan baju. Karena sekarang ini sudah banyak orang-orang yang ingin membeli baju tetapi tidak memiliki waktu untuk pergi ke Mall atau toko-toko baju terdekat.

Selain itu *website e-commerce* penjualan baju yang telah dibuat dapat ditata dengan baik dan dapat dilihat di media-media sosial yang ada. Penulis juga akan mengimplementasikan SEO agar *website e-commerce* yang telah dibuat mendapatkan peringkat yang baik , dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat luas, membuat *website* yang telah dibuat dapat dengan mudah ditemukan oleh *search engine* atau yang biasa orang awam kenal sebagai google. Selain itu semoga *website e-commerce* yang telah dibuat juga dapat mempermudah orang-orang yang ingin membeli baju dengan desain yang ditawarkan.

Selain hal-hal diatas penulis juga akan membahas mengenai sebuah sistem personal bagi para pengguna agar mereka dapat lebih mudah menemukan kategori- kategori yang memang mereka sukai. Personal sistem juga akan membantu pengguna agar dapat menerima pemberitahuan mengenai barang baru yang sesuai dengan kesukaan dari pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengelola *website e-commerce* yang telah dibuat agar banyak dikunjungi oleh para pengguna dengan memanfaatkan SEOCentro ?
2. Bagaimana cara membuat konsumen untuk dapat berbelanja di *website* T-shirt Design yang telah dibuat atau dengan kata lain membuat tampilan yang berbeda(personalisasi web) bagi para konsumen?
3. Bagaimana dapat membantu para pengguna agar mudah mencari produk-produk yang popular?

1.3 Tujuan Pembahasan

Adapun tujuan dibuatnya personalisasi dalam *website* ini ,yaitu:

1. Agar website yang telah dibuat dapat dengan mudah dicari oleh para pelanggan dan mendapatkan nilai yang baik pada SeoCentro.
2. Agar tampilan dari *website e-commerce* yang telah dibuat mendapatkan perhatian lebih dari konsumen dengan cara membuat personalisasi web(*website* menampilkan sesuai log pencarian , barang yang paling popular , barang yang disukai oleh pengunjung) .

1.4 Ruang Lingkup

Menimbang bahwa sistem marketing cukup luas cakupannya , maka ditentukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Tampilan dan fitur aplikasi berdasarkan permintaan *client.*
2. Aplikasi dapat menampilkan barang-barang yang pernah dilihat atau barang-barang yang pernah dibeli dengan terpisah.

3. Aplikasi dibuat agar dapat dengan mudah ditemukan pada mesin pencarian(Google).
4. SEO yang dilakukan ialah untuk memperbaiki eror dan warnings pada website dan untuk mendapatkan nilai yang baik pada SEOCentro.
5. Personalisasi dibuat berdasarkan permintaan *client*.

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk pembuatan *website* ini diperoleh dari:

1. Sumber Data Primer

   Data – data primer diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumen – dokumen dari pihak yang terkait.
2. Sumber Data Sekunder

   Data – data sekunder diperoleh dari buku, internet dan sumber – sumber lainnya yang mendukung pembuatan *website* ini.

1.6 Sistematika Penyajian

Sistematika pembahasan yang akan digunakan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, dan sistematika pembahasan. Dalam bab ini pembaca dapat mengetahui gambaran kasar mengenai isi laporan ini.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisi untuk mengenali teori-teori dasar dan konsep yang telah dikemukakan oleh para ahli terdahulu yang relevan dengan variabel-variabel yang diteliti.

BAB III ANALISA DAN SARAN

Bab ini berisi analisis, saran dan rancangan sistem dari objek penelitian yang telah dipilih.

BAB IV IMPLEMENTASI

Bab ini membahas mengenai proses pengembangan *website e-commerce* yang dilengkapi dengan hasil produk.

BAB V PENGUJIAN

Bab ini berisi pembahasan dan uji coba hasil penelitian yang dilakukan untuk penyempurnaan *website*.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran mengenai *website* yang telah dibuat dan saran-saran untuk perbaikan serta penyempurnaan aplikasi.