

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi informasi sekarang ini telah mengalami kemajuan secara pesat, hal ini tidak terlepas dari keberadaan *internet*. *Internet* bermanfaat bagi aktifitas kehidupan, salah satunya dalam dunia bisnis. Produsen membutuhkan informasi mengenai pangsa pasar dan kebutuhan konsumen akan jenis dan model barang, sedangkan konsumen membutuhkan informasi tentang karakteristik dan spesifikasi barang. Sehingga informasi dalam dunia bisnis mempunyai peran yang sangat penting untuk digunakan dalam penyampaian informasi melalui internet.

Pengguna internet yang semakin meningkat berpengaruh pada perkembangan *e-marketplace* di Indonesia, khususnya forum jual-beli *online*. *E-Marketplace* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. *Marketplace* merupakan suatu platform dimana memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara *online*. *Marketplace* atau pasar daring juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya. Kegiatan *e-marketplace* telah berkembang bisnis *e-commerce* Indonesia salah satunya di wilayah Bandar Lampung.

Bandar Lampung adalah sebuah kota di Indonesia sekaligus ibu kota dan kota terbesar di provinsi Lampung. Dengan kepadatan 5.332/km², Bandar Lampung merupakan salah satu kota terpadat di Pulau Sumatra, serta termasuk salah satu kota besar di Indonesia dan Kota terpadat di luar Pulau Jawa, dengan segala bentuk aktifitas perekonomian dan pemerintahan Provinsi Lampung bertumpu pada Kota yang berslogan kan ragom gawi yang bermakna gotong royong dan kerja sama. Seperti banyak kota-kota lain di Indonesia, Bandar

Lampung memiliki oleh-oleh khas daerah baik dalam bentuk barang atau makanan yang memiliki khas lampung. Beberapa jenis yang dijual untuk oleh-oleh di wilayah Bandar Lampung yaitu seperti makanan (kopi bumi, kopi robusta lampung semut, pie pisang, keripik nangka, keripik pisang, kemplang, madu lampung. keripik pisang kapok), Cindra mata (tas tapis, kalung etnik, peci tapis adat, kaligrafi lampung, masker kain, cendramata gajah lampung, cendramata Siger lampung, gantungan kunci, souvenir lampung, mukena lampung), dan Kain tapis (songket, tapis lampung, batik lampung, kaos kain tapis lampung).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Toko penjual oleh-oleh di Bandar Lampung dalam melakukan pemasaran masih dilakukan menggunakan *banner* sehingga banyak pelanggan yang mengalami kesulitan dalam mengetahui informasi produk dikarenakan pemasangan *banner* hanya menampilkan nama toko dan lokasi toko, tidak adanya informasi mengenai produk yang dijual. Sebagian Toko juga memasarkan dan menjual produk mereka melalui situs-situs sosial seperti *facebook* dan *Instagram* media ini hanya dapat dilihat oleh sebagian orang yang melakukan pertemanan pada *instagram*, mengenai penjualan di *instagram* informasi yang di terapkan pun kurang lengkap dan pelanggan harus mengirim pesan melalui *instagram* sehingga terkadang mengalami pesan yang tenggelam dan mengakibatkan pesan tidak dibalas. Begitupun pada proses transaksi pemesanan/penjualan pelanggan harus menghubungi *via telephone* atau datang langsung untuk memesan sehingga membuang waktu untuk pelanggan melakukan transaksi. Serta pengelolaan masih dilakukan dengan cara pencatatan kedalam buku pemesan, sehingga sering terjadi kesalahan dalam pesanan, sering terjadi kehilangan atau kerusakanan nota pemesanan, dan tidak adanya laporan secara periode untuk pelaporan pendapatan.

Berdasarkan masalah diatas diperlukan tempat yang lebih luas untuk dapat mempromosikan dan menjual took oleh-oleh di Bandar yaitu dengan membuat sistem *e-marketplace* secara *online*. Sistem yang dibangun dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang dimiliki perusahaan dalam listings maka perusahaan jasa percetakan ingin membangun sarana pemasaran, maka akan dibuat aplikasi *e-marketplace* toko oleh-oleh yang akan dibangun, di fokuskan untuk menyebarkan

informasi produk oleh-oleh pada web ini akan menghadirkan layanan, fasilitas, menu *chatting*, promo dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam mencari informasi produk oleh-oleh yang ditawarkan. Serta menghasilkan laporan penjualan dan pendapatan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan dapat mempermudah masyarakat dalam mencari dan membeli oleh-oleh khas Lampung tanpa perlu berkunjung langsung ke toko oleh-oleh tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “*E-Marketplace Oleh-Oleh Khas Lampung Berbasis Website*”.

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat beberapa masalah yang dihadapi dalam penelitian yaitu :

1. Pemasaran amsih dilakukan menggunakan *benner* dan media sosial seperti *facebook* dan *instagram* sehingga tidak informasi produk oleh-oleh yang diberikan Toko
2. Proses transaksi pemesanan/penjualan pelanggan harus menghubungi *via telephone* atau datang langsung untuk memesan sehingga membuang waktu untuk pelanggan melakukan transaksi.
3. Pengelolaan masih dilakukan dengan cara pencatatan kedalam buku pemesan, sehingg sering terjadi kesalahan dalam pesanan.
4. Sering terjadi kehilangan atau kerusakanan nota pemesanan, dan tidak adanya laporan secara periode untuk pelaporan pendapatan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat di rumuskan permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana memberikan informasi produk oleh-oleh di Bandar Lampung secara lengkap kepada pelanggan sehingga dapat mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan tanpa harus datang langsung ke Toko ?
2. Bagaimana membangun sistem *e-marketplace* oleh-oleh di Bandar Lampung berbasis web ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk memberikan informasi produk oleh-oleh di Bandar Lampung secara lengkap kepada pelanggan sehingga dapat mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan tanpa harus datang langsung ke Toko.
2. Untuk membangun sistem *e-marketplace* oleh-oleh di Bandar Lampung berbasis web.

1.5. Batasan Masalah

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu memiliki batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di semua Toko oleh-oleh di wilayah Bandar Lampung
2. Jenis oleh-oleh yang dijual yaitu seperti makanan (kopi bumi, kopi robusta lampung semut, pie pisang, keripik nangka, keripik pisang, kemplang, madu lampung, keripik pisang kapok), Cindra mata (tas tapis, kalung etnik, peci tapis adat, kaligrafi lampung, masker kain, cendramata gajah lampung, cendramata Siger lampung, gantungan kunci, souvenir lampung, mukena lampung), dan Kain tapis (songket, tapis lampung, batik lampung, kaos kain tapis lampung)
3. Sistem dapat menampilkan informasi pemasaran produk oleh-oleh, informasi toko penjual oleh-oleh, transaksi pemesanan sampai dengan pembayaran.
4. Transaksi pembayaran dilakukan secara transfer dan COD
5. Pengiriman barang dilakukan melalui jasa pengiriman (JNE, Pos Indonesia, dan TIKI)
6. Sistem ini menghasilkan *output* bukti pemesanan, dan laporan transaksi penjualan
7. Pengembangan sistem menggunakan *waterfall* dan perancangan sistem menggunakan UML.

1.6. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat dari tugas akhir penulis :

1. Mempermudah pelanggan mendapatkan informasi produk oleh-oleh yang ditawarkan.
2. Dapat melakukan transaksi jual-beli melalui aplikasi yang telah disediakan dengan cepat dan tepat.
3. Mempermudah Toko untuk mempromosikan dan mengelola data pemesanan produk oleh-oleh.
4. Menghasilkan laporan secara periode secara otomatis