

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, masyarakat tumbuh dan berkembang di era dimana masyarakat tidak pernah terlepas dari informasi serta memiliki ketergantungan akan teknologi. Pada periode era ini, teknologi informasi memiliki efek terbesar dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dan didalamnya terdapat sistem informasi. Sistem informasi adalah kumpulan sumber daya teknis dan manusia yang memiliki gudang, sistem komputasi, distribusi, dan komunikasi untuk informasi yang dibutuhkan oleh semua atau sebagian pihak dari perusahaan. Salah satu tujuan sistem informasi adalah untuk memproses data ke dalam informasi dan pengetahuan.

Seiring berkembangnya teknologi, *website* merupakan salah satu media penyajian informasi yang paling berkembang. Perkembangan *website* telah mengubah pola hidup masyarakat yang sadar akan kemudahan dan pentingnya menggunakan teknologi tersebut. Untuk mengakses *website* saat ini sangat mudah, dengan hanya bermodalkan *smartphone* sudah bisa mengakses situs apapun termasuk *website* untuk jual beli barang secara *online*. Oleh karena itu, tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan transaksi.

*E-Commerce* merupakan salah satu sektor yang paling berkembang seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Di awal perkembangan teknologi banyak transaksi masih dilakukan secara langsung atau tatap muka, yang mana jika ingin mengetahui harga dari barang yang dijual harus ke toko fisiknya langsung. Dengan diadakannya analisa secara lanjut untuk memanfaatkan *E-Commerce* maka akan memudahkan transaksi penjualan bagi para pelaku bisnis.

Penulis mengambil permasalahan yang ada pada PT. Musik Teknologi Indonesia atau yang biasa disebut MusikteK. MusikteK merupakan perusahaan yang bergerak dibidang musik khususnya dalam bidang *recording* dan *audio* di Indonesia, namun MusikteK juga menjual barang – barang atau alat rekaman.

Saat ini Musiktek belum maksimal dalam menggunakan *website* yang ada, sejauh ini *website* yang dimiliki Musiktek hanya berbentuk *portal* yang berisi tampilan gambar serta informasi dan spesifikasi mengenai barang yang ditawarkan. Keinginan untuk terus berkembang tentu sangat diperlukan oleh setiap perusahaan termasuk Musiktek sendiri, salah satu hal yang diinginkan Musiktek adalah mengembangkan *website* menjadi lebih bermanfaat dalam bertransaksi sebagai pendukung dalam proses penjualan perusahaan. Oleh karena itu, dengan judul “ANALISA DAN PERANCANGAN E-COMMERCE PENJUALAN ALAT REKAMAN PADA MUSIKTEK” yang memiliki fitur-fitur seperti menampilkan deskripsi produk secara detail, transaksi penjualan produk, *update* produk, pengolahan data *customer*, konfirmasi pembayaran, dan pembuatan *report* untuk mendukung kemajuan dalam proses bisnis yang berjalan pada Musiktek.

## 1.2 Ruang Lingkup

Berikut merupakan ruang lingkup yang penulis gunakan agar fokus terhadap permasalahan :

1. Objek penelitian hanya pada Musiktek,
2. *Web E-Commerce* ini memakai konsep *Business to Consumer* ( B2C ) sebagai landasan bisnis, yaitu Musiktek menjual produknya kepada *customer* secara online melalui *websitenya*,
3. Pada penelitian ini hanya berfokus pada perancangan *website* untuk penjualan alat-alat *recording* saja, tidak termasuk rancangan untuk pelayanan jasa yang ada pada Musiktek dan pembelian barang kepada *supplier*,
4. Sistem yang dirancang memungkinkan *customer* untuk mendapatkan informasi mengenai produk dan melakukan transaksi secara *online*,
5. *Web e-commerce* yang akan di rancang tidak membahas security pada *web* tersebut,
6. Sistem pembayaran tidak terintegrasi langsung dengan sistem bank,
7. Tidak membahas Implementasi (*hosting*) aplikasi *website e-commerce*.

### 1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisa sistem penjualan yang sedang berjalan pada perusahaan.
2. Mengetahui kekurangan yang dimiliki Musiktek dalam proses bisnisnya lalu mengatasi masalah tersebut sesuai analisa yang dilakukan.
3. Merancang sebuah aplikasi penjualan berbasis *e-commerce* untuk memudahkan Musiktek dalam mengelola penjualannya.
4. Memudahkan *customer* mengetahui produk – produk apa saja yang dijual oleh Musiktek.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui masalah yang dihadapi PT. Musik Teknologi Indonesia saat ini.
2. Membantu penanganan transaksi dan pembayaran secara optimal pada PT. Musik Teknologi Indonesia.
3. Proses transaksi yang lebih optimal, seperti waktu yang diperlukan dalam melakukan transaksi lebih cepat dan bisa dilakukan kapan saja karena sudah memiliki aplikasi penjualan berbasis *e-commerce*.
4. Memudahkan bagian penjualan untuk mengolah informasi tentang proses bisnis yang berjalan lalu dari informasi tersebut dapat dibuat analisa dalam laporan.

### 1.4 Metodologi penelitian

Metodologi yang digunakan pada penulisan ini antara lain :

#### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai teori dan informasi dari berbagai sumber yang relevan sesuai dengan topik yang dibahas dalam mencari solusi dan masalah yang dihadapi oleh perusahaan yang terkait. Teori-teori yang kami kumpulkan diperoleh dari beberapa buku, antara lain buku karangan *Satzinger* tahun 2005 dengan judul *Object Oriented Analysis and Design With The Unified Process* digunakan sebagai panduan kami dalam analisis dan jurnal dari dalam negeri maupun luar negeri yang digunakan untuk mendukung penulisan skripsi ini.

## 2. Metode Penelitian Lapangan ( *Survey* )

### a. Wawancara

Melakukan wawancara dengan bapak Johannes Silaban, beliau adalah Head of Marketing & Business Development PT. Musik Teknologi Indonesia. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi serta data – data yang terkait dalam pengembangan sistem yang dibuat.

### b. Observasi

Melakukan observasi untuk melihat secara langsung proses bisnis yang terjadi dalam PT. Musik Teknologi Indonesia yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang akan diperlukan dalam pengembangan sistem.

## 3. Metode Analisis dan perancangan

Metode yang digunakan adalah *System Development Life Cycle (SDLC)* dimana metode ini terdapat beberapa tahapan yaitu *Planning, Analysis, Design, Implementation, dan Support*. Pada penulisan ini hanya menggunakan 3 tahapan awal yaitu *Planning, Analysis, dan Design*. Pada tahap *Planning* melakukan pengumpulan data-data yang terkait penulisan ini dengan melakukan wawancara. Pada tahap *Analysis* digunakan untuk menemukan masalah yang terdapat pada proses bisnis yang berjalan dan melakukan analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)* untuk analisa strategi pemasaran dari perusahaan. Dan pada tahap *Design* dengan melakukan perancangan dan pembuatan diagram dengan menggunakan *Unified Modeling Language (UML)* yang dapat membantu dalam pengerjaan desain pada *e-commerce*. Diagram yang dibuat antara lain *activity diagram, usecase diagram, event table, usecase description, domain class diagram, first class diagram, system sequence diagram, three layer sequence diagram, dan rancangan user interface* atau *wireframe*.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang garis besar permasalahan, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metodologi dan sistematika penulisan.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang pengertian sistem informasi, sistem penjualan, sistem informasi penjualan, dan analisis & perancangan sistem informasi.

### **BAB 3 ANALISIS SISTEM BERJALAN**

Bab ini berisi sejarah perusahaan, struktur organisasi, tata laksana sistem berjalan, masalah yang dihadapi dalam perusahaan secara mendetail, dan usulan pemecahan masalah yang ada.

### **BAB 4 PERANCANGAN SISTEM INFORMASI YANG DI USULKAN**

Bab ini berisi diagram-diagram perancangan sistem dan aplikasi yang akan dijalankan.

### **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya dan saran yang dapat diberikan ke penulis berikut agar kesalahan tidak terulang.

