

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan dunia *internet* telah membawa banyak kemudahan dalam berbagai aspek, termasuk juga dalam bisnis *retail*. Jika dulu penjualan masih dilakukan dengan cara tradisional, seperti adanya kios-kios atau toko kelontong, sekarang sebagian besar mulai mengembangkan sayap bisnisnya secara *online*.

Disinilah muncul istilah *e-commerce* atau *electronic commerce* yaitu bisnis atau usaha yang melibatkan perusahaan atau individu untuk melakukan transaksi bisnis melalui jaringan internet. *E-commerce* memungkinkan pertukaran barang dan jasa secara lancar tanpa hambatan jarak dan waktu.

e-commerce pada penjualan *retail* terbilang sangat membantu. Pebisnis *retail* dapat memperluas cakupan pasarnya, tidak terbatas pada orang yang lalu lalang di depan toko saja atau promosi dari mulut ke mulut. *E-commerce* memungkinkan pebisnis untuk langsung berinteraksi dengan konsumen, memudahkan proses pembayaran serta mempercepat pertukaran data, karena di dalam *e-commerce* juga mencakup beberapa teknologi seperti *chat*, *email*, transfer dana elektronik (melalui *paypal*, kartu kredit dan sejenisnya), pertukaran data-data yang dibutuhkan dan sebagainya.

1. Manfaat *e-commerce* Bagi Pemilik Usaha

Berikut adalah dampak *e-commerce* pada penjualan retail yang akan dirasakan oleh para pemilik usaha :

- Penjualan global

e-commerce memungkinkan penjualan secara *global*, sehingga penjualan pun dapat mencakup pasar yang lebih luas. Lain halnya jika mengandalkan toko fisik yang tentu saja pangsa pasarnya akan sangat terbatas. Melalui *e-commerce*, seluruh dunia akan melihat penawaran Anda dan melakukan transaksi secara langsung.

- Pengurangan biaya perusahaan

Melalui *e-commerce*, biaya operasional perusahaan dapat berkurang seperti sewa tempat atau gedung, penyediaan toko dan pegawai. Hal ini akan dapat meningkatkan keuntungan bersih perusahaan. Bagian keuntungan perusahaan inilah yang nantinya sebagian dapat dibagikan kepada pelanggan dalam bentuk diskon.

- Lebih mudah mendapatkan pelanggan baru

Dibandingkan usaha retail secara fisik, *retail online* akan lebih mudah mendapatkan pelanggan baru. Saat ini banyak orang yang melakukan pencarian sesuatu melalui mesin pencari, dan bukanlah hal yang sulit bagi pelanggan untuk mengikuti link yang disarankan mesin pencari lalu mendarat pada sebuah situs *e-commerce* milik Anda.

- Memudahkan memberi informasi secara detail

Pada usaha *retail* biasa, ada keterbatasan dalam membekali karyawan untuk menanggapi pelanggan yang menginginkan informasi secara *detail* mengenai produk atau layanan. Namun melalui situs *e-commerce*, Anda dapat membuat informasi secara detail dan menambahkan beberapa informasi lainnya lagi yang dapat memudahkan pelanggan memahaminya.

- Buka sepanjang waktu

Situs *e-commerce* dapat diakses sepanjang waktu, 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu (24/7). Sehingga sebagai pemilik usaha, hal ini merupakan keuntungan karena dapat meningkatkan arus pelanggan dan jumlah pesanan. Salah satu hal yang tidak anda temukan pada usaha retail biasa.

2. Manfaat E-Commerce Bagi Pelanggan

Setelah memahami manfaat *e-commerce* bagi pemilik usaha, berikut ini manfaat *e-commerce* bagi para pelanggan :

- Menghemat waktu dan biaya perjalanan

Tak jarang pelanggan harus melakukan perjalanan jauh untuk mencapai toko retail yang mereka sukai. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, mereka dapat menghemat waktu dan biaya perjalanan karena dapat mengunjungi toko yang sama secara *virtual*, melalui beberapa klik saja.

- Harga lebih murah

Ini salah satu hal yang disukai pelanggan yaitu mendapatkan harga lebih murah. Pemilik usaha dapat memberikan diskon atau harga lebih murah karena biaya operasional perusahaan yang jauh lebih hemat.

- Belanja tak terbatas waktu

Pelanggan mendapatkan kenyamanan karena pelayanan tak terbatas waktu pada situs *e-commerce*, yaitu 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu. Ini memudahkan mereka juga dalam pengecekan barang, berkomunikasi maupun dalam transaksi pembelian. Berbeda dengan toko *retail* fisik yang memiliki waktu terbatas dalam jam buka dan pelayanannya.

- Pembelian lintas wilayah

Melalui *e-commerce*, pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian tak hanya di dalam negeri, namun juga dari luar negeri tanpa harus melakukan perjalanan ke negara itu sendiri. Ini juga salah satu hal yang sangat menyenangkan para pelanggan.

1.2 Latar Belakang

Dipo *clothing industries* berdiri sejak awal februari tahun 2016 hingga sekarang termasuk kedalam usaha kecil menengah yang bergerak pada jasa pembuatan pakaian yang mana biasa kita sebut sebagai konveksi untuk saat ini pendapatan UMKM terutama yang bergerak pada jasa seperti konveksi masihlah naik turun dikarenakan dari segi penjualannya masih menggunakan sistem tradisional. Di Indonesia sendiri usaha konveksi sangatlah banyak tetapi untuk menyelesaikan tugas akhir ini penulis memilih salah satu konveksi yang berada pada daerah Bekasi dengan nama Dipo .

Evolusi yang terjadi pada *internet* merupakan satu fenomena yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang terjadi sekarang. Satu aspek yang boleh di bilang utama dalam evolusi ini adalah munculnya *e-commerce* dalam lingkungan bisnis, *e-commerce* merupakan salah satu bisnis yang sudah menjadi kebutuhan bagi sebuah usaha atau perusahaan agar dapat bersaing secara *global*. *E-commerce* mengubah hampir semua fungsi bisnis area dan setiap kegiatannya, mulai dari transaksi jual belinya sampai periklanannya. Dengan lahirnya *E-commerce* ini memudahkan konsumen untuk dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus datang ketempatnya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis bermaksud

merancang *website e-commerce* yang dapat menampung berbagai macam produk tidak hanya busana menjadi satu platform

User Interface merupakan jembatan komunikasi antara *user* dengan sistem atau komputer. Kesan pertama pengguna saat menggunakan *web* merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan untuk menarik ketertarikan pengguna. Dalam merancang sebuah UI dibutuhkan adanya metode yang tepat agar perancangan yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari pihak perusahaan. Salah satu metode yang digunakan dalam perancangan UI adalah *Task Centered System Design* metode ini digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan *task* dan pengguna. Metode TCSD meliputi 4 tahap yaitu *identification, requirement, design as scenario* dan *walkthrough evaluation*. Kelebihan dari metode ini adalah kemudahannya untuk dipelajari dan diterapkan pada berbagai proyek dengan skala yang kecil

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas maka diperlukan pembangunan *website e-commerce* untuk dipo. Penelitian ini akan memberikan rekomendasi *user interface* dengan menggunakan metode *Task Centered System Design* yang diharapkan mampu untuk mengetahui *goal* (tujuan) dari pengguna sehingga dapat memudahkan pengguna dalam mencapai tujuan. Dengan menggunakan metode *Task Centered System Design* ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang sesuai dengan prinsip *usability*

1.3 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan yang telah dijabarkan diatas, maka didapat identifikasi masalah yaitu :

1. Dipo *clothing industries* tidak memiliki media untuk akses *website e-commerce* yang mudah di cari oleh masyarakat
2. Pengaruh display terhadap kepuasan konsumen
3. Dibutuhkan requirement *UI* dan *UX* yang sesuai berdasarkan kebutuhan

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, meliputi :

1. Bagaimana perancangan desain *user interface* dan *user experience* pada aplikasi *website* toko busana *online* yang sesuai dengan *requirements* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang toko busana berbasis *website* kepada masyarakat yang bisa diakses setiap saat
2. Pentingnya pengaruh *display* secara dinamis dengan menggunakan metode *Task Centered System Design* terhadap kepuasan konsumen yang mengacu kepada *visual merchandising*
3. *Website e-commerce* baru pada diplo *clothing industries* sesuai dengan kaidah-kaidah *UI* dan *Ux* kelayakan *website*

1.6 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dilakukan agar pengerjaan Tugas Akhir ini tidak terlalu luas atau bisa fokus. Maka masalah yang akan dibahas dibatasi pada :

1. Tingkat keamanan jaringan standar
2. Alur dan proses transaksi dilakukan secara langsung menggunakan *localhost*
3. Tidak membahas akan *Legalitas* apapun
4. Perancangan dan analisis berupa studi awal

1.7 Hipotesis

Bagian ini berisi dugaan sementara dari penelitian yang dilakukan. Pada akhirnya, kesimpulan di BAB V akan menjawab apakah sesuai atau berlawanan dengan hipotesis yang dibuat.

1.8. Metode penelitian

Metodologi yang digunakan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur
Mempelajari *literature* sesuai dengan masalah yang ada terkait tugas akhir ini
2. Konsultasi
Melakukan bimbingan kepada dosen pembimbing terkait masalah dalam tugas akhir ini
3. Perancangan Model
Perancangan model menggunakan pendekatan *kuantitatif* Setelah mendapatkan hasil akan dilakukan penarikan kesimpulan setelah itu akan di buat *website* dengan ketentuan yang sudah didapatkan dari kesimpulan

4. Implementasi Sistem

Hasil berupa analisis studi awal berupa judul pengembangan model pengaruh *display* secara dinamis pada toko busana *online*

5. Analisis Hasil Pengujian

Tahap ini melakukan analisis terhadap *implementasi* yang dibuat hasil dari pengujian sistem

6. Penyusunan Buku Tugas Akhir

Tahap ini melakukan dokumentasi terhadap hasil *implementasi*.

1.9. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari sub-bab. Sistematika penulisan dimulai dari bab dua dalam penelitian ini secara garis besar, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

memberikan gambaran singkat tentang latar belakang, tujuan, rumusan masalah, batasan masalah, hipotesis, serta metoda yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka penelitian tentang teori pendukung untuk variabel yang akan diteliti, bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu sebagai pendukung dan acuan penelitian, kerangka pemikiran membahas pola pikir untuk menggambarkan permasalahan yang akan dibahas, hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara atas masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi dan definisi variabel operasional, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, serta teknik analisis data.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dari pengelolaan data yang diperoleh. Sehingga hasil tersebut akan dianalisis oleh peneliti agar menemukan kesimpulan dari penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penafsiran terhadap analisa temuan penelitian dan saran secara konkrit. Adapun saran yang diberikan mampu memberikan kontribusi yang terbaik bagi perusahaan dan investor.