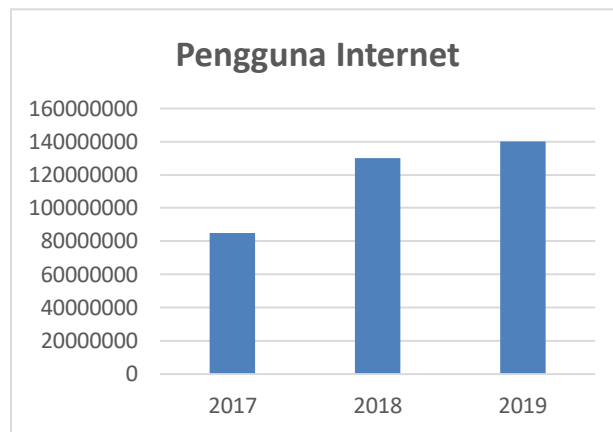


Bab I Pendahuluan

I.1 Latar belakang

Di era globalisasi ini kemajuan teknologi dan penggunaan internet semakin pesat. Orang-orang di zaman modern ini hampir semuanya menggunakan teknologi dan internet. Perkembangan bisnis melalui media internet juga semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di dunia terutama Indonesia. Oleh karena itu, kita sebagai generasi muda harus memanfaatkan kemajuan teknologi dan penggunaan internet ini dengan baik.

Tabel I.1 Data Pengguna Internet di Indonesia



[sumber : asosiasi penyelenggara internet Indonesia, 2018]

Melihat peluang yang ada dari penggunaan internet dan media sosial, maka muncul ide untuk membuat sebuah peluang bisnis berbasis media sosial yaitu *online shop*. *Online Shop* ini menawarkan produk dengan berbagai cara menarik untuk konsumen berbelanja, memanfaatkan keadaan dimana *online shopping* sedang diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini. Keunggulan bisnis *online shop* selain mudah untuk melakukan promosi dengan jangkauan yang luas, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya. Perkembangan *online shop* melalui media *online* sudah menjamur di Indonesia. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *online shop* salah satu tempat pusat perbelanjaan. Menurut Arwiedya (2011), menjamurnya *Online Shop* membuka peluang usaha dalam bidang produk *fashion* di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan bisnis *Online Shop* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya

membutuhkan biaya. Perkembangan bisnis melalui media *online* semakin hari semakin meningkat. Media *online* telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media *online* penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Bahkan sekarang ini belanja *online* sudah berjalan di seluruh pelosok negri, dengan adanya fasilitas ini, masyarakat jauh dari kotapun dapat memanfaatkannya. Pola perilaku belanja bergeser ke *online* di Indonesia sangatlah signifikan, dapat dilihat seperti yang ditunjukkan pada Tabel berikut.

Tabel I.2 Data Perilaku Belanja

2015	2016	2017
>11%	>26%	>41%

[sumber : We are Social, 2018]

Femmes House adalah sebuah *online* shop yang menjual berbagai produk fashion wanita untuk kalangan remaja sampai dewasa, seperti baju, celana, outer, jumpsuit dan sebagainya. Pemasaran produk dari FemmeHouse menggunakan media sosial dan market place yang sudah ada. Dengan adanya Femmes House diharapkan dapat menjadi *online* shop yang terkemuka dan dipercaya untuk memenuhi kebutuhan para wanita yang tidak mempunyai waktu untuk berbelanja offline. Dengan kemudahan yang ditawarkan hanya dengan penggunaan mobile phone diharapkan lebih efektif dan efisien untuk para konsumen yang berbelanja.

Alur proses pembelian produk pada Femmes House menggunakan media *online*, dimana konsumen, dapat melihat detail, harga produk dan sekaligus dapat menghubungi Femmes House melalui aplikasi Line@ dan Instagram. Pada alur proses ini terdapat kekurangan yaitu konsumen harus melihat produk yang ada di Instagram kemudian menanyakan kepada *Admin* Femmes House mengenai stok, harga, tata cara pembayaran, dan pengiriman produk.

Kendala dalam proses tersebut adalah karena *order* di lakukan secara manual maka ada proses waktu menunggu yang cukup lama diterima konsumen dalam proses pemesana dan tidak adanya pembukuan dalam penjualan sehingga tidak adanya laporan penjualan yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui pasar yang ada dan perbaikan proses bisnis menjadi lebih baik.

Berikut merupakan alur proses eksiting yang dilakukan Femmes House :

- a) Konsumen melihat katalog pada platform sosial media Femmes House
- b) Konsumen yang tertarik membeli akan melakukan pemesanan melalui *Whatsapp* atau *Line@*
- c) Konsumen menunggu pesan di balas oleh *Admin* dari Femmshouse
- d) *Admin* Femmes House akan membalas pesan dari konsumen berdasarkan antrian yang ada
- e) *Admin* Femmes House akan memberikan format *order* kepada konsumen
- f) Konsumen memberikan format *order*
- g) *Admin* Femmes House melakukan pengecekan barang dan memberikan *invoice* kepada konsumen
- h) Konsumen melakukan pembayaran dan konfirmasi kembali
- i) Bagian Finance Femmes House melakukan pengecekan pembayaran
- j) Bagian Pengiriman Femmes House melakukan packing dan pengiriman barang
- k) Barang diterima oleh konsumen
- l) Lamanya Proses yang di perlukan dari proses *Order* atau pemesanan barang sampai barang di dapatkan konsumen sekitar kurang lebih 1 – 2 hari atau tergantung dari paket yang digunakan oleh *Customer*.

Pada penelitian ini Femmes House berencana mengembangkan web aplikasi yang bertujuan untuk membuat konsumen dapat melihat stok, harga, serta melakukan pemesanan secara langsung tanpa perlu menunggu antrian pembalasan pesan manual dari *Admin* Femmes House. Untuk saat ini Femmes House masih menggunakan pemesanan melalui Instagram dan melalui *Whatsapp* itu masih menggunakan proses yang sangat manual.

Kekurangan bisnis *online* di media sosial adalah adanya ketidakpercayaan konsumen untuk berbelanja, lama nya proses pemesanan yang dilakukan secara manual, persaingan antar pedagang yang tinggi, Untuk meningkatkan kepuasan konsumen kepada Femmes House adalah dengan mengubah bisnis *online* di media sosial dengan pemesanan secara manual menjadi bisnis *online* berbasis *website*. Menurut data yang dimuat oleh BPS jumlah bisnis *online* yang ada di Indonesia dari tahun 2006 – 2016, naik 17% dengan total jumlah usaha sekitar 26,2 juta yang berarti persaingan antar bisnis *online* yang tinggi di Indonesia.

Dikarenakan proses eksisting yang membutuhkan waktu lebih lama untuk konsumen, dimana konsumen harus mengecek ketersediaan produk, tata cara pembayaran, dan status pengiriman dengan menanyakan terlebih dahulu kepada Femmes House, maka dibutuhkan suatu *system e-commerce* yang dapat memudahkan konsumen serta dapat mempersingkat waktu dalam melakukan pengecekan ketersediaan produk, tata cara pembayaran, dan status pengiriman.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di latar belakang, permasalahan yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemetaan proses bisnis eksisting Femmes House?
2. Bagaimana perancangan proses bisnis Femmes House?
3. Bagaimana perancangan aplikasi sistem informasi Femmes House?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Melakukan pemetaan proses bisnis di Femmes House
2. Merancang proses bisnis di Femmes House
3. Merancang suatu aplikasi sistem informasi di Femmes House

I.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Penelitian ini dilakukan hanya sampai dengan tahap perancangan.
2. Penelitian tidak sampai dengan tahap implementasi pembuatan *website*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagai pertimbangan untuk Femmes House dalam membuat suatu sistem yang dapat mempermudah konsumen.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batas penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian, tujuan dari landasan teori adalah untuk membentuk kerangka berfikir yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan tentang proses pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian dan pengolahan data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah.

BAB V ANALISIS

Bab ini akan menjelaskan hasil dari pengolahan data, usulan perbaikan yang terdapat pada bab sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap bisnis/usaha terkait.