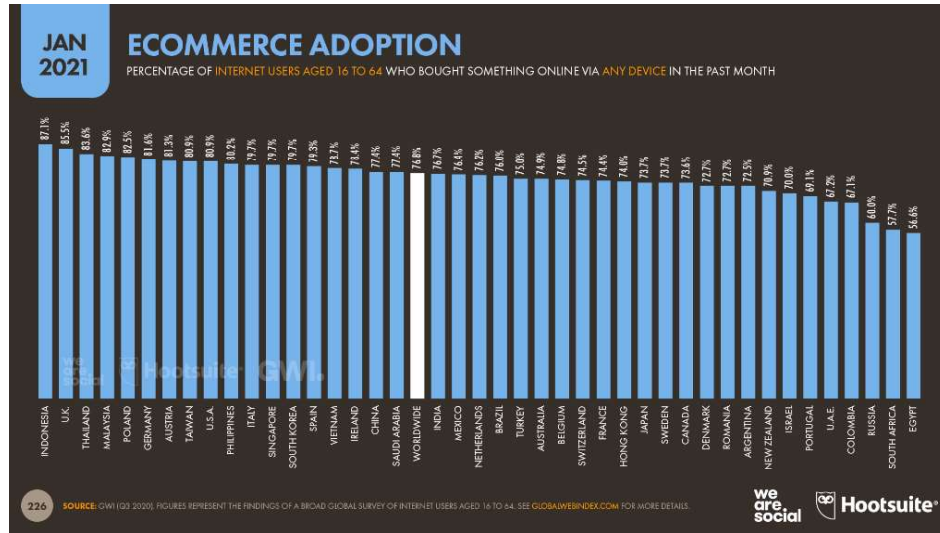


BAB I

PENDAHULUAN

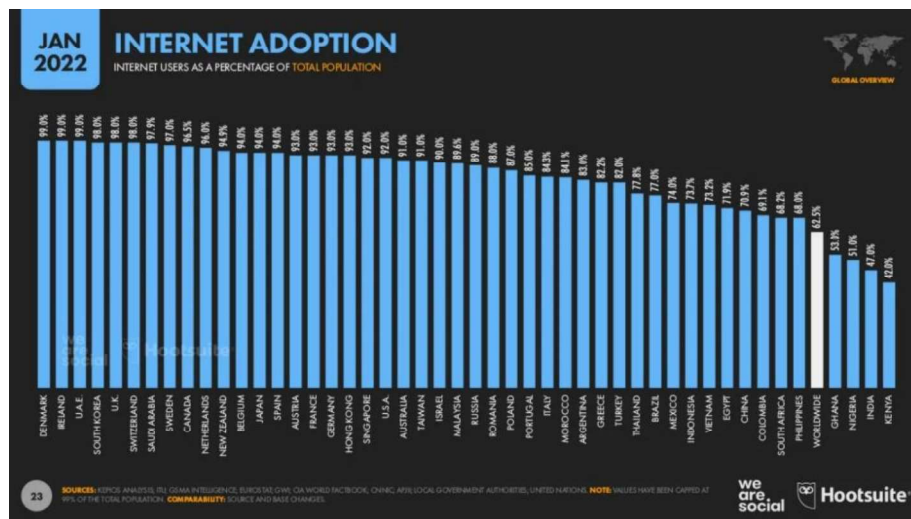
1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini perdagangan tidak terlepas dari teknologi informasi. Dengan adanya sinergi antara perdagangan dan teknologi informasi maka terciptalah istilah *e-commerce* [1]. Menurut hasil survei dari *We Are Social* pada April 2021, pada Gambar 1.1 Indonesia menduduki peringkat pertama dengan 87,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu[2].



Gambar 1.1 Survei Pengguna Layanan *E-Commerce*

Menurut DATAREPORTAL, pada Gambar 1.2 Di Indonesia sendiri tercatat bahwa jumlah pengguna internet aktif per Januari 2022 adalah 204,7 juta pengguna sehingga 73,7 persen dari populasi di Indonesia aktif menggunakan internet[3].



Gambar 1.2 Survei Pengguna Aktif Internet Januari 2022

Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital maka mengakibatkan tren pemasaran beralih dari penjualan konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) yang biasa disebut dengan *digital marketing* [4]. *Digital marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau masyarakat lebih luas yang bertujuan untuk meningkatkan *Brand awareness*, *traffic*, dan data *customer* agar lebih optimal [5].

Seiring dengan beralihnya tren pemasaran, Signature Store pun mulai menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai saluran penjualan barang. Tetapi dikarenakan oleh hal tersebut, maka admin dari Signature Store harus mengunggah barang dagangannya satu persatu ke masing-masing sosial media dan *e-commerce* yang mereka miliki, sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk proses memperbarui barang yang dijualnya.

Dampak dari permasalahan ini adalah waktu yang terbuang cukup banyak, deskripsi produk yang akan memiliki perbedaan pada setiap layanan, sehingga dapat memberikan kekeliruan bagi para pengguna yang ingin membeli produk yang sedang dijual.

Dengan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan diatas dengan dibuatnya

sebuah aplikasi manajemen produk dengan fitur pengisian otomatis pada *e-commerce* dan terkoneksi secara langsung ke media sosial yang ada, sehingga dapat mempermudah, mempersingkat waktu, dan mengoptimalkan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial karena pemanfaatan fitur yang optimal.

Media sosial saat ini sudah sangat berkembang, tidak hanya menjadi *platform* untuk berbagi *momen*, tetapi juga sudah merambah menjadi sarana jual-beli kebutuhan. Seperti halnya pada *Instagram* dan *Facebook* yang saat ini memiliki *Instagram Shop* dan *Facebook Shop*.

Fitur “*Shop*” yang sekarang tersedia pada layanan media sosial *Facebook* dan *Instagram* menjadi sebuah fitur yang juga dapat mengoptimalkan kepercayaan pengguna untuk melakukan transaksi dengan penjual dikarenakan sudah ter-verifikasi oleh penyedia layanan media sosial tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah pada laporan tugas akhir ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana desain dan implementasi sistem yang efektif sebagai sarana manajemen produk dari Signature Store.
2. Bagaimana arsitektur dan cara kerja antara aplikasi manajemen produk dengan *website e-commerce*, dan media sosial Signature Store.

1.3. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dan manfaat dari laporan tugas akhir ini yaitu, sebagai berikut:

1. Merancang sistem yang efektif sebagai sarana transaksi jual-beli dari Signature Store.
2. Mempermudah admin dari Signature Store dalam mengatur produk yang akan dan sedang dijual.
3. Membuat pemasaran yang lebih optimal pada media sosial dari Signature Store.
4. Memperluas pasar dari Signature Store dengan menggunakan lebih dari satu saluran penjualan.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada aplikasi ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi basis web yang dijadikan objek penelitian adalah *website e-commerce* dari Signature Store.
2. Media sosial yang akan diintegrasikan hanya Instagram dan Facebook.
3. *E-Commerce* yang akan diintegrasikan hanya Shopee dan Tokopedia.
4. Fitur ini dibuat dengan memanfaatkan API yang disediakan oleh penyedia layanan.
5. Hasil dari penelitian ini berupa Aplikasi Manajemen Produk, *Website E-Commerce* Signature Store dan media sosial Signature Store.

1.5. Metode Penelitian

Penulis menggunakan beberapa metode penelitian pada saat pembuatan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi Literatur dilakukan guna memperkuat pemahaman mengenai materi yang akan digunakan dalam pembuatan sistem. Buku, jurnal, dan artikel adalah sumber didapatkannya informasi mengenai hal-hal yang harus dilakukan untuk membangun sistem.

2. Analisa

Analisa dilakukan untuk mendapatkan detail dari sistem yang akan dibuat. Mulai dari model hingga alur kerja dari sistem.

3. Perancangan

pada penelitian ini dilakukan perancangan sistem dengan menggunakan metode SDLC Model *Waterfall* untuk membangun aplikasi *website e-commerce* Signature Store.

4. Implementasi

Setelah dilakukannya analisa dan perancangan, maka masuk kedalam tahapan implementasi dari sistem yang sudah dibuat. Dalam tahap implementasi, sistem akan dibuat sesuai desain yang telah dibuat pada tahap perancangan

5. Pengujian

Setelah dilakukannya implemementasi, penulis melakukan pengujian kepada aplikasi dengan menggunakan metode Blackbox.

1.6. Sistematika Penulisan

Bagian ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mengetahui susunan pada tugas akhir ini, sehingga dapat terlihat rapi, teratur, dan mudah dibaca. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah:

Bab I Pendahuluan membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka berisikan penjelasan dasar-dasar teori yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini.

Bab III Analisis dan Perancangan Sistem tentang analisis bisnis, analisis kebutuhan sistem, desain, perancangan aplikasi, implementasi, dan pengujian *website e-commerce* Signature Store.

Bab IV Hasil dan Analisis menjelaskan hasil yang didapat setelah dilakukannya pengujian terhadap *website e-commerce* Signature Store dan analisis pada hasil pengujiannya.

Bab V Kesimpulan dan Saran berisikan kesimpulan dari hasil implementasi dan pengujian aplikasi, serta saran untuk pengembang penelitian selanjutnya.