

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penjualan pada saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama kebutuhan sehari-hari. Penjualan tidak hanya dilakukan secara konvensional atau bertatap muka tetapi bisa dilakukan dengan media *online* seperti penjualan secara *online* atau biasa dikenal dengan istilah *e-commerce*. Penjualan secara *online* bukan hanya praktis tapi juga menguntungkan semua pihak, baik dari pihak penjual ataupun pembeli. Pembeli cukup menggunakan media *internet* untuk membeli apa yang mereka inginkan tanpa harus keluar rumah, terutama bagi masyarakat yang bekerja pasti tidak mempunyai banyak waktu untuk berbelanja dengan cara bertatap muka dan penjual hanya perlu mempromosikan produknya di media *internet*.



Potensi pasar *e-commerce* di Indonesia menurut Matthew Driver, Presiden *Master Card* untuk wilayah Asia Tenggara, Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan pasar *e-commerce* yang terbesar di Asia-Pasific. Walaupun jumlah penjualan di Indonesia masih rendah dibanding negara lainnya, namun melihat perkembangan Indonesia yang cukup pesat, tidak menutup kemungkinan negara tercinta kita ini akan menyaingi negara Asia lain yang sudah dulu menghasilkan penjualan *e-commerce* di atas Indonesia. Gambar di bawah ini menunjukkan estimasi pada penjualan *e-commerce* B2C di beberapa negara Asia.

	2013	2014	2015	2016
	\$ 181.62	\$ 274.57	\$ 358.59	\$ 439.72
	\$ 118.59	\$ 127.06	\$ 135.54	\$ 143.13
	\$ 18.52	\$ 20.24	\$ 21.92	\$ 23.71
	\$ 16.32	\$ 20.74	\$ 25.65	\$ 30.31
	\$ 1.79	\$ 2.60	\$ 3.56	\$ 4.89

Estimated B2C eCommerce
Sales by Country 2013-2016
(in billion)

Sumber: Mitra (2014)

Gambar I.1. Estimated B2C E-Commerce Sales by Country 2013-2016

Dengan melihat pertumbuhan *e-commerce* di atas, dipastikan akan banyak para pelaku bisnis melakukan kegiatan bisnis dengan penjualan produk secara *online*. Penjualan secara *online* sangat tepat dilakukan untuk produk berkualitas baik dengan harga terjangkau yang dicari atau dikonsumsi semua orang, namun sulit untuk didapatkan seperti penjualan kurma.

Kurma adalah sejenis tumbuhan palem (palma) atau bahasa latinnya lebih dikenal dengan *phonex dactylifer* yang berbuah dan boleh dimakan, baik dalam keadaan masak maupun masih mentah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Badan Kesehatan Dunia (WHO), zat gula yang ada didalam kurma itu berbeda dengan gula pada buah-buahan lain seperti gula tebu atau gula pasir yang biasa mengandung sukrosa dimana zat itu langsung diserap oleh tubuh. Hal ini membuat gula itu harus dipecahkan terlebih dahulu oleh enzim sebelum berubah menjadi

glukosa. Sebaliknya, kurma tidak membutuhkan proses demikian. Berikut beberapa manfaat atau khasiat yang terdapat pada kurma. Pertama, tamr (kurma kering) untuk menguatkan sel-sel usus dan dapat membantu melancarkan saluran kencing karena mengandung serat-serabut yang bertugas mengontrol laju gerak usus dan menguatkan rahim terutama ketika melahirkan. Kedua, ruthab (kurma basah) mempunyai pengaruh mengontrol laju gerak rahim dan menambah masa systolenya (kontraksi jantung ketika darah dipompa ke pembuluh nadi). Ketiga, potasium didalam kurma berguna untuk mengatasi masalah stress, sembelit, dan lemah otot. Tidak hanya itu, berkat zat besi dan kalsium yang ada pada kurma, orang akan terhindar dari penyakit yang beresiko tinggi seperti penyakit jantung dan kencing manis. Keempat, bila dimakan oleh anak-anak, maka kurma memberi khasiat untuk mencerdaskan otak mereka. Kelima, pada bulan puasa pada saat berbuka sangat dianjurkan untuk mengonsumsi kurma terlebih dahulu untuk menstimulir dan merangsang kerja enzim perut menjadi normal kembali. (Septiono, 2015)



Kurma merupakan makanan khas Timur Tengah yang menjadi hidangan utama saat berbuka puasa. Sayangnya, kurma sulit dikembangkan di Indonesia. Namun, sebagai negara yang berpenduduk mayoritas muslim, tentu permintaan terhadap kurma cukup besar, terutama menjelang bulan Ramadhan. Tidak heran hampir Rp.500 miliar uang digelontorkan untuk mengimpor buah coklat manis itu setiap tahunnya. Seperti pada tahun 2014 lalu, nilai impor kurma mencapai US\$ 37,2 juta atau sekitar Rp.483 miliar untuk mendatangkan 30,5 ribu ton kurma. Sementara pada tahun 2013, dengan berat 29,1 ribu ton, dana yang dikeluarkan untuk mendatangkan

buah ini sebesar US\$ 37,5 juta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip Selasa 23 Juni 2015, terdapat 10 negara yang paling banyak menyediakan kebutuhan kurma masyarakat RI. Kesepuluh negara itu yaitu Tunisia, pada tahun 2014 sebanyak 3.386 ton kurma dengan nilai US\$ 11 juta, sedangkan pada tahun 2013 sebanyak 4.271 ton kurma dengan nilai US\$ 13,4 juta. Mesir, pada tahun 2014 sebanyak 11 ribu ton kurma dengan nilai US\$ 10,1 juta, sedangkan pada tahun 2013 impor kurma dari Mesir hanya 6.557 ton dengan nilai US\$ 6,4 juta. Uni Emirat Arab, pada tahun 2014 sebanyak 11,3 ribu ton kurma dengan nilai US\$ 9,9 juta sedangkan pada tahun 2013 sebanyak 12,8 ribu ton kurma dengan nilai US\$ 11,1 juta. Iran, pada tahun 2014 impor kurma dari negara ini sebesar 4,2 ribu ton dengan nilai US\$ 3,9 juta, sedangkan pada tahun 2013 impornya sebanyak 5 ribu ton dengan nilai US\$ 4,1 juta. Amerika Serikat, pada tahun 2014 sebanyak 182 ton kurma dengan nilai US\$ 1,6 juta, sedangkan pada tahun 2013 sebanyak 303 ton kurma dengan nilai US\$ 2 juta. Arab Saudi, pada tahun 2014 sebanyak 386 ton kurma dengan nilai US\$ 353 ribu, sedangkan pada tahun 2013 hanya 64 ton kurma asal Arab yang ada di Indonesia dengan nilai US\$ 78 ribu. Aljazair, pada tahun 2014 sebanyak 45 ton kurma dengan nilai US\$ 120 ribu, sedangkan pada tahun 2013 sebanyak 17 ton dengan nilai US\$ 51 ribu. Irak, pada tahun 2014 sebanyak 140 ton kurma dengan nilai US\$ 119 ribu, sedangkan pada tahun 2013 negara ini tidak mengimpor. Palestina, mendatangkan kurma sebanyak 8,8 ton dengan nilai US\$ 82,5 ribu tahun 2014, sementara pada tahun 2013 sebanyak 20 ton kurma dengan nilai US\$ 149 ribu. India, pada tahun 2014 sebanyak 25 ton kurma dengan nilai US\$ 21 ribu, sedangkan pada tahun 2013 sebanyak 110 ton kurma dengan nilai US\$ 316 ribu. (Ramdania, 2015)



Namun, penjualan kurma saat ini masih ada yang bersifat konvensional atau manual. Sulitnya bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai produk kurma. Untuk itu, agar usaha ini dapat berjalan dengan baik maka perlu dilakukan usaha-usaha untuk mempromosikan, sehingga dapat diketahui oleh masyarakat. Dengan adanya penjualan kurma secara *online* maka sangat efektif dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pembeli juga dapat mengakses situs website toko online tersebut kapan saja karena tidak dibatasi oleh waktu, artinya tersedia selama 24 jam dalam sehari dan biaya operasional yang dikeluarkan juga relatif lebih murah. Maka dari itu penjualan kurma secara *online* merupakan solusi yang paling tepat. Oleh karena itu, berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk membuat judul tugas akhir ini dengan judul: **"PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN KURMA BERBASIS WEB"**.



1.2. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari penyusunan penulisan tugas akhir yang penulis buat adalah :

1. Memberikan kemudahan bagi pembeli dalam melakukan transaksi produk kurma secara *online*.
2. Mempermudah bagi calon pembeli untuk mencari informasi-informasi produk kurma.

3. Mempromosikan penjualan kurma sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas.
4. Memberikan kemudahan dan mengembangkan jangkauan proses promosi barang-barang yang dipasarkan, sehingga dapat ikut andil dalam persaingan pasar yang pesat seperti sekarang ini.

Sedangkan tujuan dari penyusunan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Diploma Tiga (D.III) untuk jurusan Manajemen Informatika pada Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Bina Sarana Informatika (AMIK BSI).



1.3. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang dapat menunjang penyusunan penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian dan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

A. Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Langkah penyelesaian penyusunan penulisan tugas akhir ini sesuai dengan tahapan pengembangan perangkat lunak yang menggunakan model proses atau paradigma *waterfall*. Adapun kegiatan-kegiatan yang penulis lakukan pada model *waterfall*, menurut Sukamto dan M. Shalahuddin (2015:28) adalah :

1. Analisa Kebutuhan Perangkat Lunak

Pada proses ini, analisa kebutuhan perangkat lunak yang dibutuhkan oleh penulis terdiri dari:

a. Admin

Dimulai dari halaman *login*, *home*, data admin, data provinsi, data kategori, data barang, data pelanggan, data konfirmasi transfer, data pemesanan, dan laporan penjualan.

b. Pelanggan (*Member*)

Dimulai dari halaman *home*, *product*, *how to buy*, *contact us*, keranjang belanja, konfirmasi belanja, tampil transaksi, konfirmasi pembayaran, isi *testimonial* dan *all testimonial*.

c. Pengunjung (*Visitor*)

Dimulai dari *home*, *product*, *how to buy*, *contact us*, pendaftaran pelanggan, dan *all testimonial*.



2. Desain

Pada proses ini, penulis menggunakan desain *database ERD* (*Entity Relationship Diagram*) dan *LRS* (*Logical Record Structure*). Untuk desain rancangan *user interface* menggunakan pemograman terstruktur.

3. Pembuatan Kode Program

Pada proses ini, penulis melakukan pengkodean dengan menggunakan bahasa pemrograman yaitu: *SQL*, *PHP*, *HTML*, *CSS*, *JavaScript*, dan *jQuery*.

4. Pengujian

Pada proses ini, penulis menggunakan pengujian dengan metode *black box* pada halaman *login admin*, tambah data *admin* ubah data *admin*, pendaftaran pelanggan, *login* pelanggan, *input* provinsi, *input* kategori, *input* barang, konfirmasi belanja, konfirmasi pembayaran, dan isi *testimonial*.

5. Pendukung atau Pemeliharaan (*Maintenance*)

Tidak menutup kemungkinan sebuah perangkat lunak mengalami perubahan ketika sudah dikirimkan ke *user*. Perubahan bisa terjadi karena adanya kesalahan yang muncul dan tidak terdeteksi saat pengujian atau perangkat lunak harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Tahap pendukung atau pemeliharaan dapat mengulangi proses pengembangan mulai dari analisis spesifikasi untuk perubahan perangkat lunak yang sudah ada, tapi tidak untuk membuat perangkat lunak baru.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penyusunan penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Pengamatan Langsung (*Observation*)

Pada proses ini, penulis melakukan pengamatan secara langsung setiap kejadian ditoko kurma yang berada dilokasi Tanah Abang, sehingga mendapatkan informasi-informasi yang akurat.

2. Wawancara (*Interview*)



Pada proses ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pihak toko kurma yang berada di lokasi Tanah Abang untuk mengetahui informasi-informasi tentang produk kurma.

3. Studi Pustaka (*Library Research*)

Pada proses ini, penulis melakukan pencarian, pengumpulan dan pembelajaran dari berbagai buku atau *literature*, *internet*, ataupun media informasi lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

1.4. Ruang Lingkup

Dalam tahap penyusunan penulisan tugas akhir ini, agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada dan dapat mencapai sasaran. Maka penulis membahas ruang lingkup mulai dari *Front End* yaitu: *login* pelanggan, keranjang belanja, tampil transaksi, konfirmasi pembayaran, isi testimonial, *home*, *product*, *how to buy*, *contact us*. Sedangkan untuk ruang lingkup *Back End* mulai dari *home*, data admin, data kategori, data provinsi, data barang, data pelanggan, data konfirmasi transfer, data pemesanan, laporan penjualan dan cetak laporan.



1.5. Sistematika Penulisan

Sebelum membahas lebih lanjut, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu secara garis besar mengenai sistematika penulisan dari penyusunan penulisan tugas akhir yang penulis buat. Setiap bagian memberikan penjelasan atau gambaran yang

nantinya masing-masing dapat menjelaskan tugas akhir ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisan dari tugas akhir ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, ruang lingkup, dan sistematika penulisan pada penyusunan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang konsep dasar *web* serta teori pendukung yang berhubungan pada penyusunan tugas akhir.

BAB III PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang tahapan-tahapan dalam merancang *website* mulai dari analisis kebutuhan, perancangan perangkat lunak, serta implementasi dan pengujian unit pada penyusunan tugas akhir.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir penulisan tugas akhir yang bersisi tentang kesimpulan dari apa yang telah penulis bahas, dilanjutkan dengan saran-saran yang diberikan untuk mencapai hasil akhir yang lebih baik.