

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, internet tidak hanya digunakan sebagai media untuk mencari sebuah informasi namun sudah dapat digunakan untuk melakukan bisnis. Kemajuan teknologi ini dilandasi oleh sumber daya manusia dengan pemikiran yang maju, sehingga terciptalah teknologi-teknologi baru yang dapat memudahkan penggunaanya dalam mengerjakan sebuah pekerjaan. Banyak pelaku bisnis di era saat ini menggunakan teknologi informasi untuk menunjang bisnisnya dan mengembangkan usahanya (Saputri et al., 2019).

Salah satu bisnis yang menjadi trend terbaru di masyarakat saat ini adalah dalam bidang belanja online. Melalui internet, para pelaku bisnis dapat menawarkan produk atau jasa secara online kepada konsumen tanpa bertatap muka. Hal semacam ini sering disebut e-commerce atau elektronik commerce. E-commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik (Rejeki et al., 2014).

Toko Trio Batik yang terletak di Jl. Sorowajan, Yogyakarta adalah bidang usaha yang bergerak pada penjualan perlengkapan baju batik. Proses penjualan pada toko Trio Batik hingga saat ini masih bersifat konvensional dimana pembeli berhubungan langsung dengan datang ke toko. Proses pemesanan secara manual seperti ini tentunya memerlukan tenaga yang lebih. Lalu untuk pihak toko Trio Batik pada saat proses pemesanan tersebut harus mencatat kedalam nota fisik dan menghitung total tagihan pesanan apabila telah sampai pada proses pembayaran.

Dimana pada proses pembayaran apabila dilakukan secara manual akan berpotensi menimbulkan kesalahan perhitungan.

Dalam proses promosinya juga terdapat banyak kendala untuk memasarkan batik ke pelanggan. Media yang di gunakan Trio Batik dalam memasarkan produknya menggunakan brosur yang di promosikan ke sekitar toko saja serta instagram. Dan untuk media pemesanannya menggunakan WhatsApp. Dimana saat ini ada banyak toko yang juga menjual perlengkapan baju batik. Oleh karena itu, Trio Batik harus mampu membuat peluang bisnisnya tetap ada dan menjadi yang terdepan. Dengan beberapa permasalahan yang telah disebutkan diatas maka dilakukan penelitian dengan merancang suatu sistem pemesanan batik secara online pada Trio Batik berbasis web. Dimana diharapkan sistem tersebut dapat memudahkan para konsumen untuk memesan batik, memperluas jangkauan konsumen yang tidak bisa datang langsung ke toko batik, serta sebagai media promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas ke setiap daerah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pokok permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat sistem informasi pemesanan batik di Trio Batik berbasis web.

## **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pada karya ilmiah ini agar masalah tidak melebar kepada hal yang tidak berkaitan dan tidak perlu. Ruang lingkup yang akan di bahas pada penelitian ini antara lain:

1. Sistem pemesanan batik mengambil studi kasus di toko Trio Batik Sorowajan.
2. Memberikan informasi mengenai baju batik yang di jual di toko Trio Batik.
3. Pembayaran pesanan dilakukan dengan cara COD atau bayar langsung ditempat atau transfer di nomor rekening yang telah ditentukan.
4. Memberikan informasi pesanan sedang di kerjakan.
5. Sistem akan mencatat setiap transaksi.
6. Sistem tidak mencatat perhitungan ongkir.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk membangun sebuah sistem informasi pemesanan batik di Trio Batik berbasis web. Dengan adanya sistem ini konsumen dapat melakukan pemesanan batik secara online.
2. Memberikan informasi dari produk yang ditawarkan, melayani pemesanan produk dan memberikan kenyamanan serta kemudahan pelanggan dalam melakukan pesanan dengan memanfaatkan fitur yang ada dengan fasilitas internet.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penulisan laporan karya ilmiah ini dikemukakan beberapa manfaat yaitu:

1. Memudahkan para konsumen untuk memesan batik.
2. Memperluas jangkauan konsumen yang tidak bisa datang langsung ke toko batik.
3. Sebagai media promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas ke setiap daerah.