

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Peranan teknologi dalam dunia bisnis yaitu untuk melakukan kegiatan perdagangan secara *online* kapanpun, dimanapun yang biasa disebut *e-commerce*. *E-commerce* sebagai wadah atau tempat yang dimanfaatkan oleh penjual dan pembeli untuk memperdagangkan berbagai produk dengan dukungan teknis seperti halnya komputer, laptop atau *handphone*, yang tidak perlu mempertemukan pembeli dan penjual. Penggunaan teknologi informasi dan jaringan internet selalu bertambah tiap tahunnya. Belakangan ini, media *online* juga telah tersebar di seluruh dunia tak terkecuali Indonesia. Internet tidak hanya aktivitas sehari-hari masyarakat yang terpengaruhi, tetapi juga aktivitas bisnis. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong banyak orang untuk menciptakan inovasi-inovasi baru yang membantu masyarakat mendapatkan informasi. Kecepatan dan ketepatan informasi yang dulu memakan waktu lama, kini hanya dalam hitungan detik untuk menerima informasi, dan menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menyediakan informasi tersebut agar konsumen dapat menerimanya dengan cepat dan mudah (Fakhurozi, 2013).

Perkembangan komputer dan teknologi informasi yang meningkat telah memberikan dampak yang signifikan pada bisnis dan organisasi. Dalam dunia bisnis saat ini, kebutuhan akan teknologi informasi merupakan kebutuhan pokok karena banyak proses bisnis yang dikendalikan dan tidak lepas dari TI. Bahkan, hampir semua industri kini mulai menerapkan teknologi informasi untuk pengembangan karena keunggulan teknologi tersebut yaitu menghemat waktu pemrosesan data dan waktu pemrosesan. Perkembangan komputer dan teknologi informasi telah mempengaruhi banyak perusahaan. Teknologi digunakan sebagai alat bantu dalam pelaksanaan operasional bisnis perusahaan. Sistem informasi berbasis komputer banyak digunakan oleh perusahaan demi kelancaran bisnis dan pekerjaan. Salah satu sistem yang digunakan ialah sistem informasi penjualan (Munawar, 2005).

Sumber informasi secara penuh dapat membantu perusahaan menjaga proses bisnisnya tetap lancar, mudah, cepat, akurat, efisien dan produktif (Nugroho, 2006). Teknologi informasi adalah sumber daya terpenting perusahaan. Untuk mendukung jalannya proses bisnis, perusahaan memanfaatkan sistem informasi dan teknologi informasi semaksimal mungkin, sehingga banyak perusahaan mengadopsi konsep-konsep yang berbasis teknologi informasi, seperti: Manajemen hubungan pelanggan, Perencanaan sumber daya perusahaan, manajemen rantai pasokan, toko online dan lain-lain. “Perkembangan teknologi, komputer dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Melalui internet, para pelaku bisnis tidak lagi kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mendukung usahanya, bahkan saat ini ada kecenderungan untuk memperoleh informasi yang sangat beragam, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan relevan.

Internet pada dunia bisnis berubah fungsi dari alat untuk pertukaran informasi elektronik menjadi alat untuk aplikasi bisnis strategis seperti: penjualan, pemasaran dan layanan pelanggan. Salah satu kegunaan sistem informasi penjualan atau perusahaan online adalah dengan menggunakan sistem informasi berbasis web. Web digunakan dalam aplikasi anda karena web adalah wadah/tempat interaksi antar pengguna. Situs web digunakan di dalam perusahaan untuk memfasilitasi dan melakukan pencarian. Layanan online populer yang memudahkan bisnis untuk mengakses informasi adalah situs web. Website atau website adalah kumpulan halaman yang menampilkan data gambar, teks, data animasi, video, audio, atau gabungan dari beberapa data digital lainnya. Data tersebut membentuk suatu rangkaian dan saling terkait satu sama lain, masing-masing dihubungkan dengan hyperlink.

Tujuan dari adanya web ialah memberikan layanan informasi atau sebagai media komunikasi. Selain itu terdapat beberapa fungsi *website* menurut Secara umum *website* mempunyai 4 fungsi yaitu: Fungsi Komunikasi, Fungsi Informasi, Fungsi Entertainment, dan Fungsi Transaksi hal tersebut menurut Rulia Puji Hastanti. Sehingga zaman sekarang *website* sangat dibutuhkan oleh setiap instansi pemerintah ataupun instansi swasta. Hal ini menjadikan pengaplikasian teknologi

informasi *website* merupakan sebuah kebutuhan bagi perusahaan. Perusahaan yang ingin maju tidak melawan tren internet yang ada, tetapi berusaha berinovasi untuk menjangkau dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Beriklan di Internet adalah salah satu bentuk penjualan saat ini. Tidak hanya berupa pengiriman barang dan jasa melalui internet, tetapi proses transaksi online yang memungkinkan pembayaran tanpa adanya pertemuan tatap muka antara produsen dan konsumen. Dengan kemajuan teknologi informasi, masyarakat dunia mengenal sebuah teknologi yang disebut internet. Maraknya penggunaan internet memunculkan suatu transaksi bisnis yang dilakukan menggunakan teknologi dan internet, salah satunya dengan *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah kontak bisnis antara penjual dan pembeli melalui media online. Adapun keuntungan yang diperoleh melalui transaksi *e-commerce* adalah meningkatkan penjualan melalui penjualan online yang lebih murah. Sistem *e-commerce* ini menyuguhkan seluruh jajaran jenis produk yang berbeda dengan detail produk dan harga, memungkinkan penjual dan pembeli untuk mengakses ketersediaan produk secara online kapanpun dan dimanapun.

*E-commerce* merupakan bagian penting dari perkembangan teknologi dunia internet. Menggunakan sistem belanja online sangat menguntungkan banyak pihak baik konsumen, produsen maupun penjual. Bagi konsumen, penggunaan *e-commerce* dapat menghemat waktu dan biaya. Selain itu, dimungkinkan untuk mendapatkan harga terbaru dan tidak tertutup kemungkinan harga barang atau jasa yang ditawarkan melalui belanja elektronik bisa lebih murah daripada melalui perantara, karena saluran distribusi lebih pendek. Kebanyakan orang saat ini mencari kemudahan dalam jual beli, mereka mencari kemudahan akses untuk mengetahui harga dan produk serta melakukan pembelian, sehingga masyarakat lebih memilih untuk membeli secara online, dengan demikian sebuah strategi bisnis dengan pemanfaatan teknologi *E-Commerce* dirasa sangatlah tepat untuk menunjang sebuah kegiatan bisnis di bidang perdagangan.

*E-commerce* sebagai proses dimana konsumen membeli dan menjual produk secara elektronik dan dari bisnis ke bisnis, menggunakan komputer

sebagai perantara dalam transaksi. Belanja online merupakan faktor penting untuk mendukung kesuksesan produk (Wibowo, 2016) dan strategi untuk meningkatkan jaringan pemasaran.

Pada tahun 2020, Model bisnis *E-Commerce* seperti C2C, B2C, B2B, B2G, dan C2B semakin meroket. Transaksi di bidang ini diperkirakan mencapai Rp 3000 triliun (US\$ 21 Miliar) pada tahun 2019. Penjualan produk telekomunikasi secara *online* dirasa cocok apabila menerapkan *E-Commerce* tipe *Business To Customer* (B2C). *Business To Customer* merupakan jual beli produk dan jasa secara eksklusif pada konsumen tanpa melalui perantara, misal agen atau distributor. Konsep B2C menawarkan banyak keuntungan bagi pebisnis dan juga konsumen, diantaranya yaitu kemudahan dalam bertransaksi karena pebisnis dan konsumen tidak perlu bertatap muka. Oleh karenanya, tidak sedikit pebisnis yang tertarik menerapkan konsep tersebut. Pada transaksi B2C, transaksi *online* dibentuk antara pebisnis dan konsumen. Transaksi mencakup sistem penjualan menggunakan pembeli perorangan. *E-Commerce* diklasifikasikan berdasarkan transaksi atau relasi antar part isipannya (Turban, 2009).

Pada penelitian sebelumnya, Analisis Dan Perancangan *E-Commerce* B2C Dengan Menggunakan Metode Square dapat membantu organisasi atau institusi untuk memastikan keamanan dan keberlangsungan sistem dan aplikasi *E-Commerce*. Hasil dari penelitian ini berupa desain prototype aplikasi *E-Commerce* sesuai dengan proses analisis metode *System Quality Engineering Requirement* (SQUARE) (Ismawan et al., 2018). Penelitian yang berjudul *E-commerce Sepatu Menggunakan Metode B2C (Studi Kasus: Home Industri Sinar Persada Karyatama)* penelitian menetapkan batasan pada membangun aplikasi *website* tersebut dengan bahasa pemrograman menggunakan PHP, HTML, dan MySQL *Software* yang digunakan untuk membuat aplikasi ini menggunakan Macromedia Dreamweaver CS6 dan XAMPP Server yang dilakukan penelitian telah berhasil dibangun aplikasi penjualan *online* pada CV Sinar Persada Karyatama Jakarta sehingga bernama [www.sinarshop.com](http://www.sinarshop.com) untuk mempermudah user dalam akses layanan *website* ini, sehingga hasil penjualan produk secara *online* dapat Implementasi Metode *Business To Costomer* Pada Sistem Informasi Perusahaan

Kgs Ri zky Motor (Utama) <https://stitek-binataruna.e-journal.id/radial/index> 176 masuk ke pasar internasional, orang yang membeli hanya membutuhkan akses internet saja, memberi informasi yang up to date serta komunikasi multi-arah yang dinamis.

Algoritma apriori adalah metode mencari pola hubungan antara satu atau lebih elemen data. Umumnya dalam pengolahan data yang merupakan transaksi pasar, digunakan algoritma apriori. Algoritma apriori digunakan untuk menemukan objek terbanyak dalam dataset dengan pola terbesar. Item yang umum digunakan adalah model item dalam sebuah dataset dengan nilai support dan confidence yang memenuhi ambang batas atas atau nilai support minimum. Membentuk satu set objek umum untuk mengatur pola asosiatif.

Menurut penelitian oleh Muhammad Afrizal dkk. algoritma apriori dapat digunakan untuk secara akurat menentukan informasi penjualan yang paling diminati konsumen. Informasi ini menjadi acuan penting untuk menentukan strategi penjualan produk. Kemudian Moh. Sholik dan Abu Salam menggunakan algoritma apriori, teknik penambangan data, untuk menemukan aturan kombinasi asosiatif antar elemen. Dengan mengidentifikasi dukungan dan kepercayaan, perhitungan dilakukan, sehingga menghasilkan aturan asosiasi yang dapat digunakan untuk menentukan persediaan mana yang perlu ditingkatkan pemasok untuk meningkatkan profitabilitas antara pemasok dan perusahaan. Selain itu, ada juga penelitian dari Sandi Fajar Rodiyansyah. Data mining data transaksi penjualan bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang kebiasaan membeli konsumen. Akhirnya, model yang ditemukan dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan bagi manajer dalam mengendalikan operasi perusahaan. Penelitian ini mencari aturan asosiasi menggunakan algoritma apriori.

Data mining, sering disebut sebagai *Knowledge Discovery In Database* (KDD), adalah aktivitas yang mengumpulkan dan menggunakan data historis untuk menemukan keteraturan dan pola hubungan dalam kumpulan data yang besar. Hasil dari perolehan informasi ini dapat digunakan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang. Teknik terkenal dalam penambangan data adalah pengelompokan. Clustering adalah proses pengelompokan beberapa data