

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka ini akan membahas tentang sistem toko *online* yang sudah pernah dikembangkan dan diteliti sebelumnya dengan model *e-commerce* atau *m-commerce* yang memiliki kemiripan proses bisnis dengan aplikasi yang dikembangkan pada penelitian ini.

Haryanti dan Irianto (2011) melakukan penelitian tentang rancang bangun sistem informasi *e-commerce* untuk usaha *fashion* studi kasus Omah Mode Kudus. Omah Mode Kudus merupakan salah satu toko di kota Kudus yang bergerak dibidang *fashion*. Omah Mode Kudus masih menggunakan sistem penjualan secara konvensional yang menyebabkan permasalahan pada pihak vendor dan konsumen yang kesulitan untuk mendapatkan informasi produk dan memesan produk, terutama jika pihak vendor dan konsumen berada di luar kota. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merancang dan membangun sistem informasi *e-commerce* untuk Omah Mode Kudus demi memudahkan pihak vendor dan konsumen dalam mendapatkan informasi serta meningkatkan dan memperluas penjualan pada Omah Mode Kudus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem *e-commerce* dapat menyediakan fitur fungsional dan informasi *real time* yang memenuhi kepuasan pelanggan.

Nuryana dan Putra (2012) melakukan penelitian tentang rancang bangun aplikasi *m-commerce* berbasis android sebagai media informasi dan pemesanan *online* pada distro (pakaian). Pada penelitian ini, diberikan gambaran bahwa bagi pecinta *fashion*, *fashion* merupakan kebutuhan yang tidak dapat lepas dari keseharian karena

penampilan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menunjang kepercayaan diri. Berbelanja produk dengan merk yang sedang terkenal merupakan sebuah hobi dan kepuasan tersendiri bagi pecinta *fashion* sehingga salah satu pihak yang diuntungkan adalah pengusaha distro. Berdasarkan gambaran tersebut, peneliti merancang dan membangun aplikasi yang menggabungkan antara teknologi dan *fashion*. Hasil yang dari penelitian ini menyimpulkan penggunaan *m-commerce* dapat sangat membantu dalam pemasaran maupun pemesanan pada distro.

Hastanti et al.(2013) melakukan penelitian tentang sistem penjualan berbasis web (*e-commerce*) pada Tata Distro Kabupaten Pacitan. Tata Distro masih melakukan sistem penjualan secara manual yang mengakibatkan pemilik Tata Distro dan pegawainya kewalahan dalam memberikan pelayanan disaat pelanggan ramai dan terjadinya penumpukan pembayaran saat transaksi serta kesalahan dalam mengelola data. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merancang suatu media promosi dan penjualan *online* berbasis *website* untuk memudahkan pengelolaan, penjualan, promosi dan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pihak Tata Distro terbantu dalam memasarkan produk dan konsumen juga lebih mudah dalam memesan produk pada toko Tata Distro.

Susanto (2014) melakukan penelitian tentang sistem rekomendasi pakaian distro dengan menggunakan metode *item collaborative filtering* berdasarkan studi kasus dari The Jungle Distro Medan. Sistem ini dibangun dengan basis web. Rekomendasi yang diberikan sistem ini berdasarkan jumlah histori pembelian pelanggan dan diklasifikasikan menurut kategori produknya masing-

masing. Sistem ini bertujuan untuk memperkirakan pakaian yang menarik bagi pelanggan dan juga membantu pelanggan dalam menentukan pakaian yang akan dibeli, tetapi dalam merekomendasikan pakaian-pakaiannya masih menggunakan cara manual.

Marjito dan Tesaria (2016) melakukan penelitian tentang aplikasi penjualan *online* berbasis android studi kasus dari toko *Hoax merch*. Toko *Hoax Merch* merupakan sebuah distro yang bergerak dibidang *clothing* dan *band merchandise*. Pemasaran produk toko *Hoax Merch* meliputi hampir keseluruhan provinsi yang ada di Indonesia. Proses pembelian antar kota atau provinsi pada toko *Hoax Merch* dilakukan secara *online* melalui media Instagram dan Blackberry Messenger. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilaksanakan karena adanya masalah dalam mengefisiensikan waktu dalam hal pemesanan produk, kesulitan dalam memasarkan produk dan kesulitan dalam transaksi penjualan produk. Oleh karena itu, dikembangkan suatu solusi dengan membuat aplikasi penjualan berbasis android. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa aplikasi dapat melakukan proses bisnis toko *Hoax Merch* lebih cepat dan akurat dan membuat data laporan tersimpan dengan baik.

Pada tabel 2.1 dapat dilihat perbandingan penelitian tentang pembangunan perangkat toko *online* dengan model *e-commerce* atau *m-commerce* yang sudah pernah dikembangkan dan diteliti sebelumnya dengan perangkat lunak yang akan dibangun pada penelitian ini.

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian

No	Pembanding	Haryanti dan Irianto (2011)	Nuryana dan Putra (2012)	Hastanti et al. (2013)	Susanto (2014)	Marjito dan Tesaria (2016)	Gabriel (2017)
1	<i>M-Commerce</i>	-	√	-	-	√	√
2	Sistem Operasi	-	Android	-	-	Android	Android
3	Sasaran Pengguna	Umum	Umum	Umum	Umum	Umum	Umum
4	Pengelolaan Data	√	√	√	√	√	√
5	Penjualan	√	√	√	√	√	√
6	Pembayaran	√	√	√	√	√	√
7	Laporan	√	-	-	-	-	√
8	Cek Ongkos Kirim Otomatis	-	-	-	-	-	√
9	<i>Push Notification</i>	-	-	-	-	-	√
10	<i>Cron Job</i>	-	-	-	-	-	√
11	Metode Pengamanan Data	-	-	-	-	-	<i>AES-128bit</i>
12	Variabel Pembentuk model rekomendasi	-	-	-	Histori Pembelian	-	Data Rating
13	Metode Rekomendasi Produk	-	-	-	<i>Item-based CF</i>	-	<i>Item-based CF</i>

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa aplikasi penjualan *online* memiliki peranan penting dalam melakukan aktifitas jual-beli produk. Selain itu, untuk meningkatkan tingkat penjualan dari sebuah *e-commerce* dibutuhkan sebuah sistem rekomendasi yang efektif (Ruslim & Arman, 2015). Penerapan sistem rekomendasi membuat perusahaan seperti Amazon dapat memberikan layanan yang bersifat personal kepada pengunjung *website* mereka (Herlocker et al., 2004). Selain itu, intensitas pengguna layanan dalam meng-klik hasil rekomendasi serta membeli produk yang direkomendasikan sangat tinggi, melebihi konten yang ditampilkan tanpa melalui sistem rekomendasi seperti iklan berupa spanduk pada halaman *website* ataupun bagian daftar barang yang paling laku dijual (Herlocker et al., 2004).