

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai beberapa web penjualan yang sudah ada saat ini. Beberapa penelitian tentang sistem penjualan *online* sebagai bentuk *E-Commerce* telah banyak dilakukan. Dari hasil penelitian yang sudah pernah ada, penulis dapat mendalami karakteristik *E-Commerce* dan menemukan fitur-fitur yang tepat untuk diterapkan dalam pembangunan sistem penjualan berbasis *web* pada Omah Produksi Kang Bedjo Jogja dan menemukan perbandingan dan kelebihan sistem yang akan dibuat dengan yang sudah ada.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Sutrisno (2011), kesuksesan pengembangan teknologi *E-Commerce* dapat dipengaruhi oleh :

1. Tampilan Situs

Tampilan situs selain harus menarik dan *simple* (mudah dipahami oleh pengguna) juga harus memperhatikan kemudahan dalam navigasi.

2. Katalog *Online*

Katalog *Online* merupakan salah satu fasilitas yang harus ada dalam sebuah situs *E-Commerce*. Dalam hal ini pengembangan katalog *online* harus lengkap, informatif dan *uptodate*.

3. Fasilitas Pembelian *Online*

Fasilitas pembelian *online* perlu dikembangkan bagi pelanggan/*member* agar dapat melakukan pembelian barang secara *online*, sehingga pelanggan merasakan bahwa *E-Commerce* memberikan efisiensi.

4. Membuat Informasi Status Pembelian

Fasilitas ini perlu dikembangkan bagi pelanggan/*member* agar dapat mengetahui status pembelian *online* yang dilakukannya.

5. Kerjasama dengan jasa kurir

Kerjasama dengan jasa kurir dilakukan untuk mengantar order dari pelanggan/*member*, hal ini dirasakan perlu agar pesanan sampai kepada pemesan lebih cepat.

6. Data *Member*/Pelanggan yang lengkap.

Penelitian mengenai pemanfaatan *Customer Relationship Management* (CRM) juga telah sering dilakukan, salah satunya dilakukan oleh Zulhikmah (2014). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dengan kehadiran CRM, suatu perusahaan dapat menjadi lebih aktif dalam berbisnis dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada *customer*. Dalam lingkungan bisnis *E-Commerce* yang memiliki persaingan yang semakin ketat seiring dengan perkembangan teknologi, CRM adalah suatu cara yang efektif untuk menjaga keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Ditambah lagi dengan kehadiran teknologi *data mining* yang dapat menjadi metode atau alat yang membantu perusahaan untuk menjadi lebih *customer-oriented*. Selain itu, pemanfaatan CRM dalam suatu perusahaan *E-Commerce* juga dapat memberikan segudang manfaat bagi perusahaan yang menggunakannya.

Penelitian mengenai penerapan *SMS Gateway* pada sebuah sistem informasi juga telah banyak dilakukan. Seperti yang dilakukan oleh Ibrahim (2011), hasil penelitiannya adalah “perangkat lunak sistem informasi *monitoring* tugas akhir mahasiswa berbasis *SMS Gateway* yang dihasilkan mampu melakukan proses transfer

informasi dalam bentuk SMS yang cepat, efisien, efektif, interaktif dan akurat tentang status proposal, jadwal seminar, jadwal sidang tugas akhir". Hasil penelitian mengenai *SMS Gateway* tersebut dapat menjadi informasi dan acuan tentang manfaat penerapan *SMS Gateway* dalam sistem yang akan dibangun untuk menghadapi masalah penyebaran informasi (promosi produk), notifikasi transaksi dan pemberian respon pesanan.

Penelitian mengenai aplikasi *E-Commerce* juga telah banyak dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Yudho (2011) dalam penelitian tugas akhirnya yang berjudul *Perancangan dan Pembuatan Website sebagai Aplikasi e-commerce pada AGNAS Handicraft Jogjakarta* dibangun aplikasi *E-Commerce* dengan tujuan untuk memperluas pemasaran produk, melakukan transaksi penjualan secara *online*, dan menyediakan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan produk *AGNAS Handicraft Jogjakarta*. Aplikasi ini dibangun dengan menggunakan Dreamweaver 8 sebagai editor, bahasa pemrograman *PHP* dan database *MySQL*. Hasil penelitiannya adalah :
 - a. Sistem pemasaran melalui internet dapat digunakan sebagai penyebaran informasi mengenai produk kerajinan tangan Agnas *Handicraft Jogjakarta* ke konsumen.
 - b. Sistem pemasaran yang dibuat merupakan sistem pendukung untuk meningkatkan pelayanan agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

- c. Sistem pemasaran yang dibuat dapat diakses calon pembeli yang lebih luas secara geografis sehingga mempermudah akses yang dibutuhkan.
 - d. Konsumen yang ingin mengetahui informasi dan keterangan mengenai produk kerajinan tangan yang dijual oleh Agnas *Handicraft* Jogjakarta bisa langsung mengakses melalui internet.
 - e. Dengan penerapan sistem pemasaran yang dibuat dengan pelayanan yang lebih baik maka akan meningkatkan hubungan yang baik antara konsumen dan Agnas *Handicraft* Jogjakarta yang akan menambah keuntungan bagi perusahaan.
2. Adrian (2011) dalam penelitian jurnalnya yang berjudul *Aplikasi E-Commerce (Studi kasus : NO FACE Clothing)* dibangun aplikasi penjualan online dengan sistem *E-Commerce* dengan tujuan agar pelanggan dapat berbelanja produk *no face clothing* tanpa harus mendatangi toko, dan pelanggan dapat dengan cepat mengetahui informasi terkini tentang promosi-promosi yang diadakan oleh *no face clothing* melalui internet. Aplikasi dalam penelitian ini dibangun dengan menggunakan *Adobe Dreamweaver CS4* sebagai editor, bahasa pemrograman HTML, dan Database MySQL. Hasil penelitiannya adalah :
- a. *User* dapat berbelanja produk *No Face Clothing* secara *online* melalui *website*.
 - b. Admin dapat mengelola data-data produk pada *website*.
3. Fuad (2010) dalam penelitian tugas akhirnya yang berjudul *Perancangan E-Commerce pada Toko Online*

Mainan Bocah Yogyakarta dibangun aplikasi *E-Commerce* bagi Toko Online *Mainan Bocah Yogyakarta* dengan tujuan agar model bisnis yang berjalan memiliki nilai tambah yang dapat memperkuat nilai kompetitif usaha dan mendukung transaksi bisnis. Aplikasi dalam penelitian ini dibangun dengan menggunakan *Adobe Dreamweaver CS3*, bahasa pemrograman *PHP* dan *database MySQL*.

Penelitian yang penulis lakukan sejenis dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudho (2011), Adrian (2011), dan Fuad (2010) pada penelitian yang sudah disebutkan diatas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini penulis menerapkan analitik *Customer Relationship Management* untuk mengelompokkan pelanggan dan mengelompokkan barang berdasarkan data transaksi penjualan, hasil pengelompokkan digunakan untuk memberikan saran bagi pengelola dalam menentukan pelanggan sasaran promosi dan rencana produksi barang. Promosi dan notifikasi pada penelitian kali ini akan menggunakan *SMS Gateway*. Penulis juga akan lebih memperhatikan aspek-aspek pendukung kesuksesan penerapan *E-Commerce* seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2011).

No.	Pembanding	Yudho (2011)	Adrian (2011)	Fuad (2010)	Penulis (2014)
1	Pembelian online	✓	✓	✓	✓
2	Laporan Penjualan	✓	X	X	✓
3	Fitur News	X	X	X	✓
4	Notifikasi dengan SMS	X	X	X	✓
5	History pembelian customer	X	X	X	✓
6	Rating Produk	X	X	X	✓
7	Tracking Transaksi	X	X	X	✓
8	Review Produk	X	X	X	✓
9	Rekomendasi sasaran promosi	X	X	X	✓

Tabel 2.1 : Tabel Perbandingan Aplikasi