BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan elektronik atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* di Indonesia kini sedang hangat-hangatnya. Banyak pelaku di bidang ini yang bermunculan untuk memanfaatkan potensi jumlah penduduk Indonesia yang banyak. Selain itu, tingkat kesadaran konsumen terhadap *e-commerce* juga terus meningkat dengan mulai mengadopsi kebiasaan berbelanja *online*.

Menurut riset yang dilakukan di 10 kota dengan 1.213 responden berusia 18 hingga 45 tahun tersebut, industri belanja online di Indonesia akan mengalami pertumbuhan yang semakin kuat di masa depan. *BMI Research* mencatat bahwa rata-rata pengeluaran belanja *online* orang Indonesia dalam setahun mencapai Rp 825.000 per orang. Tahun lalu saja, nilai transaksi belanja *online* orang Indonesia mencapai Rp 21 triliun. Angka ini diproyeksi akan meningkat signifikan di tahun 2015, yakni hingga mencapai Rp 50 triliun atau meningkat lebih dari dua kali lipat.

Hal demikian juga berpengaruh dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi dan teknologi informasi.

Dan salah satu teknologi yang berkembang sangat cepat yaitu mobile bersistem operasi Android. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka. Banyak aplikasi-aplikasi mobile berbasis Android pun hadir dan diciptakan. Aplikasi penjualan berbasis Android merupakan salah satu aplikasi tentang pengolahan data informasi dan banyak digunakan dalam *e-commerce*.

Akan tetapi, aplikasi-aplikasi penjualan berbasis Android pada saat ini beredar hanya berorientasi untuk transaksi antara penjual dan pembeli (konsumen) sehingga pemilik atau penjual harus berusaha sendiri mempromosikan barang dagangannya. Selain itu, pemilik ataupun penjual itu sendiri harus banyak menyediakan stok barang dagangannya. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dari bisnis online yang mana memberikan komisi kepada affiliator (*partner* bisnis) karena terjadinya transaksi/penjualan sebagai imbalan jasa promosi ataupun kerja sama dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa sebagai pemasar (*affiliate*). Sementara proses transaksi tetap dibawah kendali pemilik produk.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini akan meneliti dan mengeksplorasi pengembangan sistem affiliasi

penjualan agar dapat meningkatkan penjualan produk serta mempermudah komunikasi dengan para affiliator.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalahnya, antara lain:

1. Bagaimana sistem mengelola data affiliator, data barang dan komisi untuk affiliator.
2. Bagaimana sistem dapat mendata setiap transaksi atau penjualan yang telah terjadi dengan baik.
3. Bagaimana sistem menghitung komisi untuk affiliator dari setiap transaksi atau penjualan yang telah terjadi.
4. Bagaimana agar produk-produk baru terupdate secara *real time*.
5. Bagaimana data para affiliator teridentifikasi dengan baik.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini meliputi:

1. Terdapat 3 aplikasi yang dibangun, yaitu: sistem informasi antarmuka antara supplier dan affiliator, sistem informasi penjualan dan sistem informasi antarmuka antara affiliator dan pembeli.

2. Aplikasi antara supplier dan affiliator menggunakan antarmuka berbasis android.
3. Aplikasi antara affiliator dan pembeli berupa *web online*.
4. Aplikasi antarmuka berbasis android hanya dapat dijalankan pada perangkat yang mendukung sistem operasi Android.
5. Sistem operasi Android yang digunakan minimal versi 2.2 froyo (Frozen Yougurt) atau versi diatasnya.
6. Aplikasi antarmuka berbasis android akan menampilkan halaman *login* dan halaman utama.
7. Halaman utama menampilkan daftar nama affiliator beserta komisinya.
8. Calon affiliator melakukan pendaftaran sebagai affiliator melalui aplikasi penjualan antarmuka berbasis web.
9. Affiliator yang telah terdaftar akan diberikan halaman web serdehana sistem penjualan sebagai sarana promosi.

1.4 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana Android dapat diimplementasikan untuk membantu e-bisnis dengan menerapkan sistem affiliasi penjualan pada produk fashion.