

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

E-Commerce merupakan salah satu konsep yang cukup berkembang dalam dunia internet. Penggunaan sistem ini sebenarnya dapat menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, produsen maupun penjual. Konsep online shopping menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan konsep belanja yang konvensional. Selain proses transaksi bisa menjadi lebih cepat, di internet telah menyediakan hampir semua barang yang biasanya dijual secara lengkap. Di sisi lain, pada saat ini bisnis kamera di Indonesia khususnya Yogyakarta pun telah berkembang cukup baik. Sudah ada penerapan model bisnis e-commerce pada bisnis tersebut, namun layanan transaksi dan informasi kamera dalam bentuk website umumnya bersifat kaku dan juga kurang menarik. Di tengah semakin tingginya mobilitas masyarakat yang merupakan kandidat konsumen bisnis kamera, website yang hanya diakses melalui PC (personal computer) yang terhubung dengan internet secara langsung masih memberikan sebuah keterbatasan yang membuat berkurangnya peluang untuk terjadinya sebuah transaksi pada bisnis kamera tersebut.

Maka dari itu diharapkan sebuah solusi alternatif yang memungkinkan melakukan transaksi ataupun mengakses informasi tanpa bergantung

pada sumber informasi dan lokasi akses sehingga memberikan layanan yang lebih fleksibel bagi konsumen. Berdasarkan perkembangan teknologi khususnya teknologi ponsel, tugas akhir ini akan menerapkan sebuah e-commerce pada bisnis kamera. Penerapan teknologi melalui media ponsel akan memberikan aksesibilitas dan fleksibilitas yang lebih, dalam melakukan transaksi maupun mendapatkan informasi mengenai kamera yang diinginkan. Tugas akhir ini akan membahas tentang bisnis ecomers kamera khususnya kamera DSLR . Dengan ini konsumen dapat melakukan transaksi maupun mendapatkan informasi mengenai kamera yang akan dipesan lebih cepat, praktis, familiar dan simpel. Media ponsel merupakan media yang sudah sangat familiar di masyarakat. Penerapan teknologi ini disusulkan sebagai tindakan kongkrit untuk melakukan perluasan pemasaran pebisnis kamera, dan menjadi sebuah keunggulan kompetitif yang sangat representatif karena sudah tidak waktunya lagi pebisnis kamera menunggu untuk mendapatkan konsumen. Tetapi dengan ini pebisnis akan menjemput konsumen.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat Sistem Informasi Penjualan kamera DSLR dan Aksesoris di Toko GUDANG KAMERA ONLINE..

1.3 Batasan Masalah

1. Sistem informasi yang dikembangkan digunakan untuk mencatat transaksi penjualan tunai dan perancangan sistem ini tidak menggunakan sistem penjualan kredit.
2. Toko ini tidak menerima retur pengembalian barang.
3. Sistem ini tidak ada diskon dalam penjualan barang.
4. GUDANG KAMERA ONLINE hanya menjual 7 jenis merk untuk kamera, lensa dan aksesoris lainnya yaitu Canon, Nikon, Sony, Samsung, Olympus, Rocknon, dan Speed Lite.
5. Harga yang tertera dibarang belum termasuk ongkos kirim.
6. Sistem ini tidak ada tanggal pengiriman barang dan juga tidak ada tanggal terima barang.