BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi internet akan terus berkembang dengan pesat. Pada era komputerisasi sekarang ini, hampir semua bidang usaha menggunakan teknologi berbasis internet. Melalui internet banyak hal yang bisa dilakukan secara cepat dan efisien sehingga menghemat waktu, biaya, dan tenaga. Factor-factor yang menguntungkan tersebut membuat banyak perusahaan menggunakan teknologi internet untuk memasarkan produknya.

Marketplace adalah suatutempat jual beli produk dimana penjualdanpembelibertemu di suatu tempat secara *online* yang berguna sebagaiperantara untuk meringankan aktivitas dalam pekerjaan. Penjualakan menjual produknya pada halaman yang sudah disediakan oleh *Marketplace*. Barang yang dijual di *Marketplace* kemudian akan ditampilkan untuk mendapatkan konsumen yang potensial. Untuk dapat menjual produk, seorang penjualharus mendaftar serta*login* terlebih dahulu dan tidak dibebankan biaya sewa. Hal ini menyebabkan banyak orang yang ingin mendaftar untuk melakukan jual beli di *Marketplace* tersebut. Pihak *Marketplace* akan mendapatkan keuntungan dengan menggunakan *google adsense*.

Konsep *Marketplace* ini ditentukan oleh banyaknya penjualdan juga pembeliyang bergabung di *website Marketplace* tersebut. Konsep jual belinya mirip dengan konsep di pasar tradisional. Pasar akan semakin terkenal, jika ia memiliki banyak pengunjung. Semakin banyak penjual, maka akan semakin lengkap produk yang dijual sehingga semakin banyak pembeli yang datang.

Aplikasi *Marketplace* dapat menjadi sarana tempat perantara bagi pembeli maupun penjual dalam memasarkan dan mencari produk yang dibutuhkan sehingga pembeli dapat mencari produk sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan sesuai harga pasar, sedangkan bagi penjualdapat menjadikan suatu informasi dalam melihat produk, daftar harga dan pemesanannya yang lebih cepat, serta dapat diakases dari mana saja dengan menggunakan media internet yang dapat membantu pelanggan sehingga tidak akan menguras tenaga dan waktu.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang pengembangan aplikasi *marketplace* penjualan *online C2C (Consumer To Consumer).*

1.3 Ruang Lingkup

Aplikasi yang akan dibuat membahas beberapa batasan permasalahan untuk menghindari ketidakjelasan dalam pembahasan. Beberapa hal yang dapat menjadi batasan adalah sebagai berikut: .

1. Aplikasi yang dirancang sebagai sarana untuktempat perantara antara penjual dengan pembeli.
2. Member dapat memasarkan produk di dalam aplikasi.
3. Member dapat mencari produk yang dicari melalui aplikasi ini.
4. Memberikan penilaian kepada penjualuntuk produk sebagai kepercayaan konsumendalam bentuk *rating*.
5. Untuk penilaian rating member harus login terlebeih dahulu.
6. Member dapat memberi laporan produk yang tidak layak pakai.
7. Admin dapat menghapus produk yang tidak layak dijual.
8. Pengunjung dapat melihat informasi danratingpada *website Marketplace*.

9. Kategori barang untuk mengumpulkan data barang dari penjual.
10. Transaksi riil dilakukan diluar sistem.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang pengembangan aplikasi *marketplace* penjualan *online C2C (Consumer To Consumer)*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat menjadi sarana tempat perantara bagi pembeli maupun penjual dalam memasarkan dan mencari produk yang dibutuhkan.

1.6 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Pada bab ini menjelaskan Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori yang dibutuhkan dalam proses analisis permasalahan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi Bahan/Data, Peralatan, Prosedur dan Pengumpulan Data, dan Analisis dan Rancangan Sistem.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi Implementasi dan Uji Coba Sistem yang membahas implementasi dari aplikasi yang dibuat beserta kelebihan dan kekurangan yang diperoleh serta pengujian menggunakan aplikasi *marketplace* penjualan *online*

C2C (Consumer To Consumer), dan Pembahasan membahas kajian/bahasan tentang hasil pengujian dan dikaitkan dengan penelitian lain/tinjauan pustaka.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi Kesimpulan yang berisi jawaban dari pertanyaan penelitian yang dinyatakan dalam perumusan masalah, dan Saran yang berisikan simpulan yang perlu dilanjuti atau direalisasikan.