

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minat masyarakat Indonesia dalam melakukan belanja *online* saat ini sangat tinggi, belanja *online* dilakukan masyarakat di beberapa toko *online* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli. Data Bank Indonesia menyebutkan, transaksi toko *online* (*e-commerce*) di Indonesia sepanjang 2018 lalu mencapai Rp 77,766 triliun. Angka ini meroket 151% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp 30,942 triliun (sumber: www.cnbcindonesia.com). Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Indonesia menjadi nomor satu dibanding negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce* (sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>). Jumlah kunjungan website dari 3 besar *e-commerce* pada tahun 2018 mencapai lebih dari 300 juta kunjungan per bulan. Data-data tersebut di atas menunjukkan besarnya potensi bisnis toko *online*. Selain itu data – data tersebut menunjukkan perilaku masyarakat Indonesia yang gemar melakukan belanja online.

Namun tidak semua barang dapat kita jumpai di toko *online*. Seperti contoh kasus, seseorang sedang jalan-jalan di mall dan mendapati di sebuah toko sedang ada diskon seputu 80% maka orang tersebut dapat menawarkan jasa titip pembelian dengan durasi 4 jam (selama orang tersebut masih di *mall*). Orang tersebut akan mendapat imbalan uang dari jasa membelikan barang di outlet tersebut. Nilai imbalan jasa misalnya berkisar antara Rp.20.000 – Rp.30.000 untuk barang dengan harga normal antara Rp.500.000 – Rp. 1.000.000. Contoh kasus lain ketika seseorang sedang bepergian ke luar negeri maka orang tersebut juga dapat menawarkan jasa pembelian kaos, tas jinjing di negara tersebut. Harganya tentu

akan lebih murah karena tanpa melalui jasa ekspedisi pengiriman barang. Atau seseorang bisa *request* pembelian barang di suatu lokasi tertentu, nantinya orang yang berada di dekat lokasi tersebut dapat membelikan barang yang di-*request* dan mendapatkan jasa imbalan. Hal ini hanya dapat dilakukan dengan mudah dan efisien jika menggunakan teknologi IT khususnya teknologi yang dapat diaplikasikan di gawai sehingga dapat diakses dimana saja setiap saat.

Bootstrap adalah salah satu teknologi baru terbaik dalam pengembangan website. *Bootstrap* akan menghasilkan website yang ringan dan tampilan yang *responsive* menyesuaikan berbagai macam ukuran layar *device*. Serta *cross platform* yaitu dapat diakses di gawai android, IOS, windows phone. Kemampuan *responsive* dan *cross platform* dari *bootstrap* membuat pengembangan *software* menjadi lebih efisien karena dengan satu kali pengembangan produk, hasilnya bisa diakses dari komputer ataupun gawai . Penggunaan website akan lebih efisien dari sisi ruang simpan di gawai pengguna dibanding aplikasi android/IOS karena tidak perlu diinstall, tidak semua orang memakai gawai dengan kapasitas RAM yang besar. Website cukup di *bookmark* alamat *URL*-nya dan akan dengan mudah dibuka kembali tanpa perlu mengetikkan alamat *URL*, tinggal klik dari *list* di *bookmark*.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, saat ini proses transaksi jasa titip pembelian barang masih menggunakan media sosial (instagram, facebook) dan WhatsApp. Maka akan dikembangkan menggunakan website. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas serta perkembangan teknologi IT *bootstrap* maka akan dibuat sebuah website jasa titip pembelian barang berbasis teknologi *bootstrap*. Website peruntukannya bagi pengguna gawai, menyesuaikan dengan gaya hidup masyarakat saat ini yang banyak melakukan aktifitas di gawai.

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan membangun Sistem Informasi Jasa Titip Berbasis *Web Responsive* yang menggunakan teknologi *bootstrap*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan tujuan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi yaitu

1. Bagaimana merancang dan membangun *website* yang *responsive* untuk jasa titip pembelian barang?
2. Apakah *website* yang dibuat mampu digunakan secara efisien untuk memenuhi kebutuhan jasa titip pembelian barang.

1.4 Batasan Masalah

Ruang Lingkup masalah yang dibahas mengenai penelitian ini diantaranya:

1. Sistem ini membantu para pencari barang / pelanggan dengan cara memposting barang ke website.
2. Sistem menampilkan kolom pencarian barang yang dicari oleh para pelanggan untuk pelancong dengan kata kunci kota asal dan kota dituju
3. Sistem ini tidak melayani transaksi penjualan
4. Pelancong hanya dapat menerima penitipan barang sesuai dengan daftar yang telah dibuat oleh pelanggan website.