

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah bisnis yang menjual barang secara satuan kepada konsumen langsung disebut bisnis *retail* atau ritel. Menurut Pandin (2009) bisnis ritel adalah penjualan barang secara eceran pada berbagai tipe gerai seperti kios, pasar, *department store*, butik dan lain-lain (termasuk juga penjualan dengan sistem *delivery service*), yang umumnya untuk dipergunakan langsung oleh pembeli yang bersangkutan. Berbeda dengan sistem grosir, sistem ritel tidak mengharuskan konsumen untuk membeli barang dalam jumlah tertentu.

Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yakni Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring dengan perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup masyarakat yang menuntut kenyamanan dalam berbelanja.

Berdasarkan jenisnya, *minimarket* dan *hypermarket* adalah bentuk ritel modern dengan pertumbuhan yang sangat signifikan sampai dengan akhir 2008. Menurut data dari Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), pertumbuhan gerai *hypermarket* dalam kurun waktu 2004 - 2008 sangat tinggi, yakni 39,8 % per tahun sementara gerai *minimarket* 16,4% per tahun dan gerai *supermarket* 10,9% per tahun (Pandin, 2009). Dari sumber data yang sama didapatkan fakta bahwa pada 2008 jumlah *minimarket* adalah 10.289 unit, *supermarket* sejumlah

1.447 unit dan *hypermarket* sebanyak 130 unit dengan jumlah penyebaran terbanyak di pulau Jawa.

Khusus provinsi Jawa Timur, terdapat 300-400 izin baru untuk *minimarket*. Sampai akhir 2009, terdapat 4.250 *minimarket* di Jatim, naik 677 unit atau 18,62% dari 2008 yang berjumlah 3.633 unit. Pada akhir 2010, jumlahnya diprediksi akan meningkat sebanyak 40%. Menurut catatan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Surabaya, sampai akhir 2009 ini terdapat 346 *minimarket* di Surabaya sedangkan menurut DPD Aprindo Jatim ada 475 *minimarket* di Kota Pahlawan ini sampai akhir 2009. Selain itu masih ada 30 izin baru untuk pendirian *minimarket* (surabayapost.co.id, 24 Mei 2010).

Pertumbuhan bisnis ritel moderen yang demikian pesat membuat setiap pengusaha ritel moderen harus berlomba-lomba mencari strategi untuk memenangkan persaingan bisnis. Strategi tersebut harus dirancang sedemikian rupa secara kreatif sehingga bersifat strategik dan jika diperlukan harus melawan *mainstream* yang berlaku. Aplikasi penjualan ritel bisa menjadi angin segar dalam persaingan usaha yang demikian ketat. Aplikasi ini dibangun untuk menunjang layanan *home delivery* sehingga diharapkan bisa membantu meningkatkan penjualan karena memungkinkan penjualan tidak hanya terjadi di toko namun juga di tempat pembeli sedang berada.

Idealnya, seorang konsumen yang ingin berbelanja akan mendatangi toko yang menjual barang kebutuhan mereka. Dengan layanan *home delivery*, transaksi penjualan dilakukan dengan cara pemesanan oleh pembeli, pencatatan oleh petugas toko dan pengantaran barang pesanan langsung tempat pembeli berada.

Layanan *home delivery* sudah banyak diaplikasikan pada bisnis ritel. Layanan tersebut menggunakan media telepon seperti Mc. Donald dengan 14045-nya atau KFC dengan 14022-nya. Selain menggunakan nomor khusus seperti Mc. Donald atau KFC, layanan *home delivery* juga bisa menggunakan nomor telepon biasa. Media telepon memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung antara pembeli dan petugas toko sehingga proses pemesanan barang menjadi komunikatif. Selain itu komunikasi secara dua arah secara tidak langsung akan mendekatkan *brand* toko penyedia layanan kepada konsumen.

Dibalik kelebihan tersebut, terdapat beberapa hal yang bisa menjadi kendala pada layanan *home delivery* dengan menggunakan media telepon yaitu terbatasnya kemampuan komunikasi lisan pada beberapa orang, terbatasnya memori pembeli untuk mengingat pilihan produk dan terbatasnya pengetahuan akan jenis produk yang tersedia.

Media telepon menjadikan suara sebagai materi pertukaran informasi. Dengan kata lain, percakapan atau komunikasi menjadi faktor penentu. Kemampuan komunikasi lisan dan pemahaman yang kurang baik antara pembeli dan petugas toko menyebabkan proses pencatatan pesanan menjadi terkendala. Akibat buruk yang mungkin ditimbulkan adalah terjadi perbedaan antara pesanan yang dimaksud pembeli dengan pesanan yang dicatat oleh petugas toko. Jika hal yang demikian terjadi, maka pembeli akan menerima barang yang tidak sesuai dengan pesannya dan pada akhirnya akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan akan layanan toko.

Kendala lain dari layanan *home delivery* dengan media telepon adalah terbatasnya memori pembeli untuk mengingat semua barang yang tersedia pada

toko serta terbatasnya pengetahuan pembeli tentang barang-barang tersebut. Hal ini menyebabkan pembeli akan kesulitan ketika hendak mendeskripsikan barang yang akan dipesan akibat tidak mengingat secara jelas detail barang tersebut. Meskipun bisa diselesaikan dengan komunikasi yang baik antara petugas toko dan pembeli, namun akan memakan waktu yang lebih lama dan menimbulkan citra bahwa pemesanan melalui telepon memerlukan banyak waktu. Hal lain yang bisa ditimbulkan adalah pembeli hanya akan membeli barang yang diinginkannya. Ini terjadi karena pembeli tidak melihat barang apa saja yang bisa dipilih. Manusia cenderung akan lebih mudah untuk memilih lebih ketika dihadapkan dengan sebuah daftar dibandingkan dengan memilih berdasarkan ingatan. Meskipun tidak merugikan namun hal ini memperkecil kemungkinan bagi pembeli untuk meningkatkan nilai transaksi.

Layanan *home delivery* tidak semata-mata hanya bisa dibangun dengan teknologi telepon. Salah satu teknologi yang bisa digunakan untuk menggantikan fungsi telepon adalah *short message service* atau SMS. Teknologi SMS menawarkan solusi pemesanan barang dengan sistem *home delivery* dengan biaya yang lebih murah dan tentu saja mempunyai keunggulan yang bisa menutupi kelemahan teknologi telepon yang telah disebutkan di atas.

Teknologi SMS menjadikan teks atau tulisan sebagai materi pertukaran data sehingga tidak akan terkendala dengan masalah komunikasi lisan. Teks adalah sesuatu yang dibaca, bukan diucapkan sehingga memperkecil kemungkinan *miss communication* antara pembeli dan petugas toko akibat rendahnya kemampuan berkomunikasi secara lisan. Keuntungan lain dari SMS adalah pesan teks yang terkandung dalam SMS bisa langsung diolah oleh

komputer dan *handphone*. Aplikasi pada komputer dan *handphone* bisa menyusun dan membaca teks pada SMS dan memanfaatkannya untuk membuat daftar barang, daftar pesanan, pesan promosi maupun keperluan lainnya. Dengan kemudahan pengolahan teks pada SMS, menjadikan pesanan yang dikirim pasti akan sampai kepada toko dan SMS yang dikirimkan akan menjadi bukti pemesanan oleh pembeli sehingga memudahkan pembeli jika terjadi komplain terhadap pelayanan toko.

Pembeli akan mengirimkan SMS melalui sebuah perangkat seperti *handphone* atau modem yang memuat *Subscriber Identity Module* (SIM) card di dalamnya. Setiap SIM card memiliki nomor yang unik, bersifat personal dan cenderung dimiliki oleh satu orang saja. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk mengidentifikasi pembeli melalui nomor SIM card-nya sehingga pada pengembangan aplikasi yang lebih lanjut, bisa diketahui perilaku setiap konsumen dalam membeli barang.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka akan dibuat sebuah sistem yang bisa mengolah data pesanan dari pembeli kepada toko ritel yang berbasis teknologi SMS. Sistem ini terdiri dari dua buah aplikasi yaitu *mobile application* sebagai media bagi pembeli untuk melakukan pemesanan dan aplikasi SMS Gateway sebagai media bagi toko ritel untuk mengolah data pesanan pembeli.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, perumusan masalah yang ada pada Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Ritel Berbasis SMS Gateway dan Mobile Application (Studi Kasus Toserba Welin Jaya) tersebut adalah :

1. Bagaimana merancang dan membangun aplikasi yang dapat mengolah pesanan pembeli melalui media SMS.
2. Bagaimana membuat *SMS Gateway* yang bisa mendukung penerimaan dan pengiriman SMS dari dan ke pembeli guna mendukung aplikasi tersebut.
3. Bagaimana membuat *Mobile Application* guna mempermudah pengiriman pesanan pembeli.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari uraian latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Sistem ini hanya membahas tentang pengelolaan data pesanan yang dikirim lewat SMS. Mulai dari data diterima oleh sistem sampai dengan data dikelola untuk dijadikan acuan pengiriman barang.
2. Tidak ada fungsi-fungsi yang secara umum ada pada Sistem Informasi Toko Swalayan seperti penjualan toko (penjualan melalui kasir), *stock opname*, pembelian (kulak), *mainteance data user*, dan lain-lain.
3. Tidak ada bahasan mengenai pembukuan, akuntansi dan pelaporan.
4. Terkait dengan pengiriman barang tidak ada perhitungan jarak, waktu tempuh, metode pengambilan rute dan biaya perjalanan.
5. Tidak dibahas mengenai arsitektur jaringan atau metode pertukaran data.
6. Diasumsikan semua handphone pembeli support dengan Java. Hal ini dikarenakan *Mobile Application* yang disertakan menggunakan bahasa pemrograman Java (J2ME).
7. Nomor *handphone* pembeli tidak ditampilkan untuk menjaga privasi.
8. Diasumsikan semua data pesanan pembeli tersedia di toko dan bisa diantar.

9. Diasumsikan petugas pengiriman mengetahui semua alamat pembeli dan tidak ada konfirmasi mengenai alamat pembeli.
10. Tidak ada antisipasi yang dilakukan ketika aplikasi server terhenti akibat *timeout error*. Hal ini disebabkan karena komponen GSMComm yang digunakan tidak mendukung antisipasi akibat *error* ini.

1.4 Tujuan

Sesuai dengan permasalahan yang ada, tujuan dari pembuatan aplikasi ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang dan membangun aplikasi yang dapat mengolah pesanan pembeli melalui media SMS.
2. Membuat SMS Gateway yang bisa mendukung penerimaan dan pengiriman SMS dari dan ke pembeli guna mendukung aplikasi tersebut.
3. Membuat Mobile Application guna mempermudah pengiriman pesanan pembeli.

1.5 Sistematika Penulisan

Di dalam penulisan Tugas Akhir ini secara sistematika diatur dan disusun dalam lima bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Batasan masalah dan Tujuan serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam desain dan implementasi sistem.

BAB III : PERANCANGAN SISTEM

Berisikan tentang analisis sistem yang terdiri atas *Use case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram*, *Collaboration Diagram*, *Class diagram*, *Statechart Diagram*, *Component Diagram* dan *Deployment Diagram* serta Desain Antarmuka, Rancangan Pengujian dan Rancangan Evaluasi Aplikasi.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN EVALUASI SISTEM

Berisi tentang kebutuhan perangkat lunak dan perangkat keras sistem, Penjelasan Aplikasi, Implementasi Sistem serta Hasil Uji Coba dan Evaluasi Aplikasi.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan dari Tugas Akhir serta saran sehubungan dengan adanya kemungkinan pengembangan sistem pada masa yang akan datang.

