

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia saat ini tidak lepas dari kemajuan teknologi. Keberadaan teknologi telah mempengaruhi masyarakat dan lingkungannya seiring dengan perkembangan zaman. Teknologi telah membantu dalam berbagai hal, seperti memperbaiki ekonomi, mempermudah komunikasi, dan meningkatkan kualitas hidup manusia. Dikutip dari situs Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud), teknologi saat ini merupakan hasil perkembangan dari ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang secara drastis dan pesat. Perkembangan teknologi juga sebagai dasar untuk mengembangkan suatu negara. Di mana kemajuan suatu negara salah satunya didasarkan pada seberapa jauh ilmu pengetahuan dan teknologi yang dikuasai (Welianto, 2021).

Dalam era digital ini, transformasi digital telah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di pasar yang terus berubah. Artikel "*Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research*" oleh Kraus *et al.* memberikan gambaran mendalam tentang fenomena ini. Studi tersebut menguraikan berbagai aspek transformasi digital, termasuk dampaknya pada bisnis, peran teknologi sebagai penggerak utama, serta implikasinya terhadap masyarakat dan institusi. Dengan merujuk pada temuan dan analisis dalam artikel tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perusahaan mengadopsi dan mengelola transformasi digital dalam konteks yang semakin terhubung dan terintegrasi.

Perkembangan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam kegiatan ekonomi. Hal ini dapat meningkatkan output dan pendapatan nasional, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi. Misalnya, perkembangan teknologi di

bidang industri dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan mengurangi biaya produksi. Hal ini dapat menyebabkan harga barang-barang menjadi lebih murah, sehingga meningkatkan daya beli masyarakat dan mendorong konsumsi. Selain itu, perkembangan teknologi juga dapat menciptakan lapangan kerja baru. Misalnya, perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi telah menciptakan lapangan kerja baru di bidang jasa teknologi informasi, e-commerce, dan media sosial (Amrina dan Primandhana, 2022).

Salah satu inovasi yang tercipta dari perkembangan teknologi yaitu *e-commerce* atau perdagangan elektronik, yang merupakan salah satu sektor ekonomi *digital* yang tumbuh pesat di Indonesia. Pada tahun 2023, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai US\$77 miliar, meningkat 18,77% dari tahun sebelumnya. Peningkatan penetrasi *internet* dan *smartphone* di Indonesia telah membuka akses masyarakat terhadap *e-commerce*. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah pengguna *internet* di Indonesia dari 64,8% pada tahun 2022 menjadi 70,4% pada tahun 2023. Selain itu, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia juga meningkat dari 73,7% pada tahun 2022 menjadi 77,2% pada tahun 2023. Konsumen kini lebih suka berbelanja *online* karena lebih praktis, hemat waktu, dan biaya. Selain itu, konsumen juga lebih mudah membandingkan harga dan kualitas produk sebelum membeli melalui e-commerce (Tangkary, 2023).

Studi yang dipublikasikan dalam "*International Journal of Research in Marketing*" oleh Reinartz *et al.* secara rinci mengulas dampak transformasi digital terhadap rantai nilai ritel. Salah satu aspek yang diteliti adalah peralihan dari pengalaman belanja *offline* ke *online*, yang merupakan hasil langsung dari perkembangan teknologi dan preferensi konsumen yang berubah. Seiring dengan naiknya *e-commerce* dan perangkat pintar, ritel *offline* menghadapi tekanan besar untuk beradaptasi dengan lingkungan *digital* yang terus berkembang. Studi ini

menyoroti bagaimana pengecer tradisional harus menyesuaikan strategi mereka untuk tetap relevan dalam peta persaingan yang semakin berubah, di mana platform *online* dan perangkat terhubung semakin mendominasi sebagai antarmuka utama antara merek dan konsumen.

Dalam penelitian tentang *transformasi digital* dalam konteks ritel *omnichannel*, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam menerapkan strategi *omnichannel*. Berikut adalah beberapa faktor pertimbangan dalam pembuatan skripsi saya :

1. **Strategis:** Faktor ini mencakup pemilihan dan perumusan strategi *omnichannel* yang tepat, termasuk penetapan tujuan yang jelas, identifikasi segmen pasar yang tepat, dan pengembangan rencana implementasi yang efektif. Hal ini juga mencakup integrasi strategi *omnichannel* dengan strategi bisnis yang lebih luas.
2. **Operasional:** Faktor-faktor operasional meliputi perubahan dalam proses operasional perusahaan, seperti manajemen rantai pasok, persediaan, pengiriman, dan layanan pelanggan. Integrasi sistem dan infrastruktur IT yang diperlukan untuk mendukung operasi *omnichannel* juga menjadi bagian penting dari faktor operasional.
3. **Teknologi:** Penggunaan teknologi yang tepat dan inovatif menjadi kunci dalam *transformasi digital* ritel. Hal ini mencakup implementasi platform *e-commerce* yang kuat, sistem manajemen data yang terintegrasi, analitik tingkat tinggi untuk memahami perilaku pelanggan, serta penggunaan teknologi baru seperti kecerdasan buatan dan *Internet of Things* (IoT).
4. **Pengalaman Pelanggan:** Faktor ini menekankan pentingnya memberikan pengalaman pelanggan yang konsisten dan menyeluruh di seluruh saluran penjualan, baik *online* maupun *offline*. Hal ini mencakup personalisasi

pengalaman pelanggan, konsistensi merek, dan integrasi pengalaman pelanggan di berbagai saluran.

5. Manajemen Perubahan: *Transformasi digital* membutuhkan perubahan budaya dan organisasional yang signifikan. Faktor ini mencakup keterlibatan karyawan, pelatihan, komunikasi yang efektif, serta pembangunan budaya perusahaan yang mendukung inovasi dan adaptasi terhadap perubahan

Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat juga memicu munculnya beberapa toko *online* atau *e-commerce* yang berbasis *web*. Namun banyak *web* toko *online* atau *e-commerce* yang belum menyertakan fitur *chatbot* yang memudahkan *costumer* untuk menanyakan masalahnya terkait stok barang, serta cara pemesanan.

Dengan uraian tersebut penulis menyusun proposal skripsi dengan judul “Rancang Bangun E-Commerce Menggunakan Framework Django dengan Fitur Chatbot Costumer Pada Warung Fathur Desa Arjosari”. Dengan ini penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat berkontribusi untuk keberlanjutan

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara untuk menerapkan penjualan *offline* ke *online*?
2. Bagaimana cara membuat aplikasi yang berbeda dengan aplikasi *e-commerce* yang sudah ada?
3. Bagaimana cara merancang aplikasi *e-commerce* menggunakan *framework django*?
4. Bagaimana cara membuat aplikasi *e-commerce* menggunakan *framework django*?
5. Bagaimana cara merancang aplikasi *chatbot costumer service*?
6. Bagaimana cara membuat aplikasi *chatbot costumer service*?

7. Bagaimana cara mengintegrasikan antara aplikasi *e-commerce* dengan *chatbot customer service*?

C. Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah, diantaranya sebagai berikut :

1. Aplikasi digunakan oleh *customer* yang akan bertransaksi di Warung Fathur
2. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah *Framework Django*
3. *Chatbot* yang dibuat akan menjawab otomatis pertanyaan pengguna

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dapat diperoleh dari perancangan aplikasi ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Menerapkan *digital transformasi* pada penjualan berbasis *offline* menuju *online*
2. Mempermudah pelanggan untuk berbelanja secara *online*
3. Memudahkan pelanggan tanpa datang langsung ke tempat
4. Menyediakan produk yang tidak dijual di *e-commerce* lain
5. Mempermudah pelanggan untuk mengetahui tentang data produk, diskon produk, serta harga produk
6. Mempermudah pelanggan untuk menanyakan tentang masalah seperti stok barang, cara pemesanan dan lain – lain menggunakan fitur *chatbot*

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diperoleh dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Membantu pelanggan untuk berbelanja secara cepat dan efisien
2. Membantu pelanggan untuk menanyakan langsung masalahnya dan dijawab secara otomatis
3. Mempermudah mencari produk yang tidak dijual di tempat lain
4. Mempercepat pengiriman karena jarak yang dekat dengan pelanggan