

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seiring berkembangnya zaman bidang teknologi, toko-toko semakin tertantang dalam menggunakan teknologi sebagai alat atau media untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang makin hari makin ketat dan keras. *Internet* merupakan salah satu media yang tidak asing lagi bagi kehidupan masyarakat di Indonesia bahkan di dunia. Akhir-akhir ini penggunaan *internet* yang menjurus kepada *cyberspace* kelihatan akan mendominasi seluruh kegiatan di dunia ini dan akan menjadi alat media untuk persaingan antara toko yang satu dengan yang lain. Globalisasi ekonomi juga membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal dan serentak. Sehingga toko harus memiliki kemampuan bersaing dengan para kompetitor.

Penjualan suatu *product* melalui *internet* berbasis *Web* adalah untuk memudahkan pekerjaan dengan biaya rendah dan menghubungkan banyak orang, dari berbagai tempat diseluruh dunia. Seorang yang mempunyai alamat *internet* (*internet address*) dapat berinteraksi dengan menggunakan komputer lain dalam suatu jaringan, kapan dan dimana saja. Keterhubungan global (*global connectivity*) melalui *internet* dan kemudahan penggunaan akses kepada dunia bisnis maupun perorangan yang secara normal akan sulit dilakukan.

Toko bisnis perdagangan maupun perorangan dapat secara langsung menghubungi kepada pemasok, rekan bisnis, atau pelanggan dengan biaya rendah, meskipun terletak sangat jauh secara geografis. Selain itu dapat mencari outlet baru untuk memasarkan product atau jasa yang ditawarkan secara lebih luas dan *internet* memfasilitasi transaksi silang batas (*cross-border transactions*). *Web* merupakan antar muka (*interface*) standart dengan media *internet* dan memungkinkan akses global dengan murah. Berkaitan dengan perdagangan prilaku bisnis apapun, banyak yang telah beralih melalui *internet* dalam hal *promotion, marketing*, sampai dengan transaksi penjualan.

Perubahan yang terjadi pada *internet* merupakan salah satu pemandangan yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang yang terjadi sekarang ini. Salah satunya adalah munculnya *electronic commerce (e-commerce)* dalam lingkungan bisnis. Dalam kehidupan sehari-hari *e-commerce* sudah menguasai berbagai bisnis area disetiap kegiatan. Dengan ini memudahkan para konsumen untuk dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus dating ketempatnya.

Dalam era globalisasi dan teknologi dewasa ini, penggunaan komputer sebagai salah satu alat teknologi informasi sangat dibutuhkan keberadaannya hampir di setiap aspek kehidupan. Sistem informasi dan teknologi komputer berkembang sangat pesat sejalan dengan besarnya kebutuhan terhadap informasi. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, semakin banyak media telekomunikasi yang dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran, dan bahkan diantaranya dapat memfasilitasi komunikasi secara dua arah. Salah satu bentuk

teknologi informasi yang sering dimanfaatkan sebagai media pemasaran saat ini adalah *internet*.

Terkait dengan perkembangan teknologi informasi tersebut, banyak perusahaan yang berlomba-lomba meningkatkan kinerja melalui sistem yang serba terkomputerisasi sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. Setiap perusahaan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh laba, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya yang dimiliki secara efektif.

Salah satu bisnis yang menjadi trend baru dimasyarakat sekarang ini adalah dalam bidang belanja *online (online Shopping)*, salah satu bentuk usaha dari para pebisnis *online* adalah memberikan fasilitas dan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan, untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik.

Indoland *Shop* merupakan toko yang menyediakan berbagai macam kebutuhan elektronik dan fashion. Umumnya, Indoland *Shop* lebih mengutamakan kebutuhan untuk para remaja hingga dewasa. Akan tetapi saat ini sistem di Indoland *Shop* ini masih manual, seperti promosi barang masih menggunakan *facebook* dan *instagram* tidak adanya penjualan jarak jauh yang bisa mempermudah perusahaan dalam memperluas wilayah pemasaran. Indoland *Shop* merupakan toko yang menerapkan model bisnis B2C (*Business to Customer*), akan tetapi belum menggunakan sistem penjualan berbasis *Web* atau *e-commerce*. Konsumen harus datang sendiri ke lokasi dan pembayaran dilakukan secara tunai. Hal ini tentu menyulitkan para calon konsumen dari dalam dan luar kota,

dikarenakan harus mengeluarkan biaya untuk mengunjungi *Indoland Shop*. Sehingga calon konsumen membutuhkan layanan pembelian dan pembayaran secara *online* dan transfer melalui rekening. Melalui pemanfaatan sistem informasi *Website* ini, diharapkan mampu meningkatkan kebutuhan akan data dan informasi kepada calon konsumen *Indoland Shop*, dimana calon konsumen dapat melakukan pertukaran data dan informasi hingga transaksi tentang segala produk yang ada pada *Indoland Shop*.

Dalam kegiatannya toko ini masih menggunakan konvensional pada saat konsumen ingin memesan produk. Konsumen masih harus menggunakan jasa marketing dalam memesan desain produk yang mereka inginkan. Kadang pesan informasi yang sering disampaikan sama antara marketing ke pihak desain produk sering tak sama karena tidak punya bukti yang *valid* tanpa bukti yang tertulis sehingga menimbulkan proses transaksi yang berulang-ulang dan membutuhkan waktu yang lama.

Belum adanya media pemasaran secara *online* menambah masalah yang ada pada PT *Indoland Batam*. Seperti saat ini sebuah toko kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran *online* seperti *Website*. Mengakibatkan toko tersebut kurang dikenal banyak orang. Dengan demikian masalah yang dihadapi oleh PT *Indoland Batam* tersebut maka dibutuhkan sebuah *Website* berupa *e-commerce* dapat membantu menyampaikan informasi produk dan harga secara detail kepada konsumen. Selain itu dengan *Website* juga akan mempermudah konsumen untuk dapat informasi kapan dan dimana saja. Suatu *Website* akan menjelaskan bagaimana proses toko dalam melakukan kegiatannya sehingga dapat

ditampilkan waktu pemesanan dan waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan pesanan hingga sampai ke tangan pelanggan yang memesaan.

Untuk itu perlu dibuat sebuah sistem informasi penjualan berbasis *Web* pada PT Indoland Batam agar konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi produk yang ditawarkan tanpa harus datang langsung ke perusahaan ataupun menghubungi karyawan, konsumen juga bisa langsung melakukan pemesanan dan pembayaran produk yang melalui *Website*, sistem informasi penjualan berbasis *Web* juga bisa menjadi solusi untuk perusahaan agar lebih mudah mempromosikan produknya ke wilayah lain tanpa harus membuka cabang terlebih dahulu.

*E-commerce* ini diharapkan dapat mempercepat proses penyampaian informasi daftar barang dengan murah. Hal ini sangatlah penting karena keberadaan suatu *Website* dapat menyampaikan informasi produk yang terbaru, produk yang lama, ketersediaan barang dan juga kecepatan informasi dan harga secara terperinci kepada pelanggan. Penyampaian laporan menyangkut jumlah pelanggan, jumlah permintaan barang, selain itu melalui *Website* akan dapat menampilkan informasi yang dibutuhkan oleh pimpinan secara cepat. PT Indoland Batam Batam untuk dijadikan bahan penelitian penulis usulan penelitian dengan judul: **“RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB PADA PT INDOLAND BATAM”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, maka dari penulis mencoba untuk mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tidak ada media informasi penjualan yang komunikatif dan informasi untuk menjelaskan secara detail produk-produk pada PT Indoland Batam.
2. Belum memiliki penjualan secara *online* sehingga kurang dalam persaingan dengan toko yang lain.
3. Belum tersedia informasi yang dapat memudahkan pemesanan oleh konsumen terhadap produk yang dijual.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang sistem informasi penjualan berbasis *Web* pada PT Indoland Batam?
2. Bagaimana cara mengimplementasi sistem informasi penjualan berbasis *Web* pada PT Indoland Batam?

### **1.4 Batasan Masalah**

Permasalahan yang tercakup tidak terlalu jauh atau menyimpang dari tujuan dan tidak mengurangi efektifitas pemecahannya. Maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Membangun sistem informasi penjualan berbasis *web* pada PT Indoland Batam.
2. Sistem yang dibuat hanya meliputi pemesanan dan penjualan produk pada *Business to Business (B2B)*.

3. Pembayaran dilakukan secara *offline*, dimana konsumen melakukan transfer uang secara manual ke rekening yang telah ditentukan.
4. Sistem informasi penjualan berbasis *web* ini dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman Python dan *database* PostgreSQL sebagai olah datanya.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas , maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana cara merancang sistem informasi penjualan berbasis *Web* pada PT Indoland Batam.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara mengimplementasi sistem informasi penjualan berbasis *Web* pada PT Indoland Batam.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Terdapat 2 manfaat dari hasil penelitian ini, yaitu: Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis.

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1. Melalui penelitian ini, penulis mendapat ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara merancang dan membuat sebuah sistem informasi penjualan berbasis *Web*.
2. Sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa yang membutuhkan.

#### **1.6.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat terhadap objek
  - a. Perusahaan memiliki *Website* untuk melakukan pemasaran secara *online*.
  - b. Dengan adanya *Website* penjualan, perusahaan dapat menjangkau konsumen pada wilayah lain.
2. Manfaat terhadap akademis
  - a. Agar dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran mahasiswa.
  - b. Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai referensi yang dapat dijadikan sebagai sumber bagi penelitian selanjutnya.
3. Manfaat terhadap masyarakat
  - a. Masyarakat dapat mengakses informasi tentang produk yang dijual perusahaan secara mudah, cepat dan akurat.
  - b. Masyarakat dapat melakukan pemesanan tanpa datang langsung ke lokasi.