BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cemilan atau makanan ringan merupakan makanan yang bertujuan untuk menghilangkan rasa lapar sementara waktu. Hingga saat ini sudah banyak beredar makanan ringan berbagai rasa, bentuk, pengemasan yang berbeda – beda dan penampilan kemasan yang semenarik mungkin di seluruh Indonesia khusus nya di Bandung. Ada dua macam tipe makanan ringan yaitu modern dan tradisional. Makanan ringan tradisional sering kita jumpai di pasar, warung ataupun di pinggir jalan. Sedangkan makanan ringan modern sering kita lihat di berbagai pusat perbelanjaan, kafe, ataupun tempat makan lainnya. Di era sekarang ini masyarakat lebih memilih mengkonsumsi makanan modern karna rasa, bentuk dan kemasan lebih menarik dari pada makanan tradisional. Karna ini CV. Cipta Prima Wisesa perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan membuat produk cemilan modern dengan nama merek Markicus agar lebih menarik konsumen.

Bakso goreng merupakan makanan hasil olahan dari daging, baik itu daging sapi, kambing atau ikan. Bakso ini sudah di kenal oleh masyarakat luas, baik anak – anak orang dewasa sampai orang tua. Karena bakso mempunyai rasa yang enak dan gurih, sering kali dijadikan lauk pada saat makan nasi. Pembuatan bakso pada prinsipnya sangat mudah dan sederhana, sehingga dapat dilakukan dalam lingkup rumah tangga dan lingkup indrustri kecil yang bisa membuka lapangan pekerjaan. Selain rasanya yang enak, bakso ini tentunya juga banyak mengandung protein dan

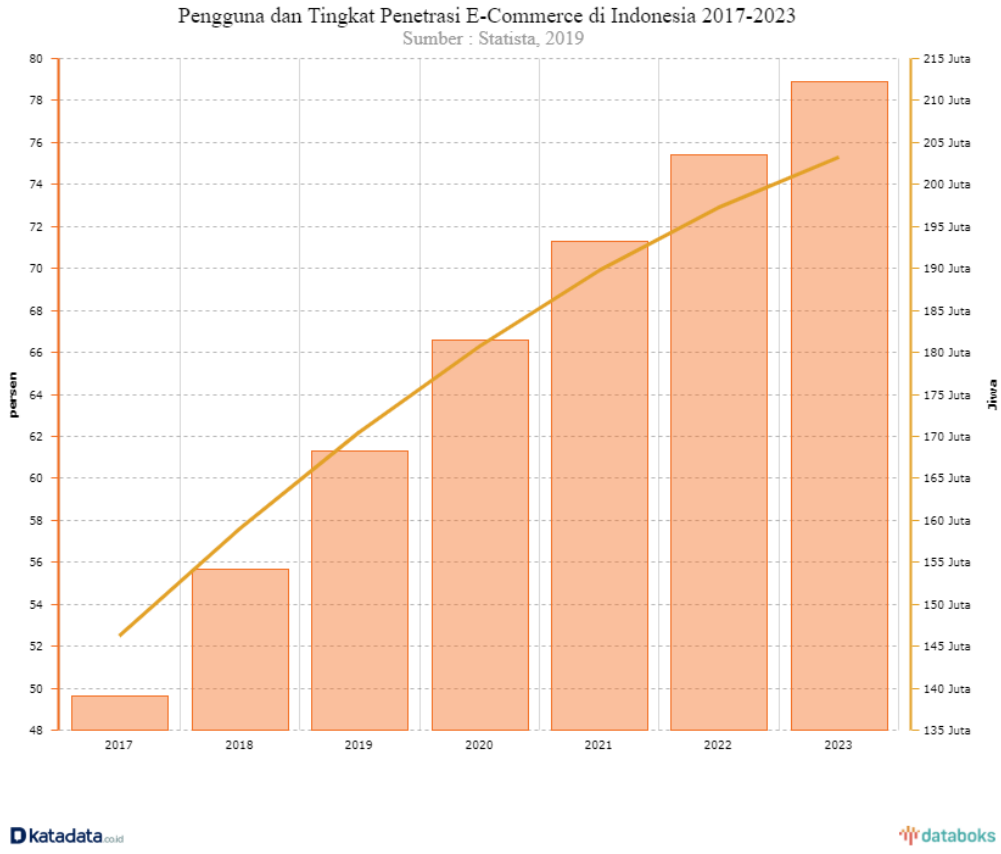
lemak tak jenuh yang baik untuk kesehatan. Maka dari itu kami ingin menghasilkan produk olahan dari bakso goreng.

Makaroni atau yang biasa disebut pasta berbentuk *elbow*, adalah makanan pasta khas italia yang berbentuk unik. Makanan ini sangat terkenal di Indonesia karena bentuknya yang unik. Makaroni sendiri biasanya dihidangkan dengan bahan lainnya seperti daging ayam, sayursayuran, sapi dan masih banyak lagi sesuai selera. Namun di Indonesia sekarang sudah banyak pelaku bisnis yang mengolah makaroni menjadi cemilan yang renyah dan enak. Para pebisnis cemilan makaroni goreng seperti Macaroni Mamade, Maicih dan Ngehe menjual produk mereka dengan memberi rasa variasi pedas berlevel yang menjadi ciri khas dari produk tersebut. Sedangkan pebisnis cemilan makaroni goreng memberikan variasi dengan kemasan yang modern dan terdapat saus mayonnaise didalamnya.

Teknologi *E-Commerce* ini sudah menjadi keharusan di era digital saat ini, karena pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya. Menurut Kompas pada tahun ini jumlah pengguna internet sudah mencapai 196.7 juta jiwa, jumlah ini naik dibandingkan dengan tahun 2018 yang tercatat mencapai 171.2 juta jiwa. Hal tersebut diketahui berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Survei tersebut dilakukan pada 2 sampai 25 juni 2020. Kalau kita lihat peningkatan ini didukung oleh beberapa faktor. Yang pertama karena infrastruktur yang merata, terus juga dengan kondisi saat ini adanya pandemi Covid-19 dimana masyarakat harus online.

Dari data tersebut pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II 2020 ini mencapai 73.7 persen. Angka tersebut naik jika dibandingkan 2018 lalu yang hanya

sebesar 64.8 persen. Jika kita gabungkan dengan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah populasi di Indonesia versi BPS 266 juta. Sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan adalah 196 juta pengguna, naik dari 171 juta di 2018 dengan penetrasi 73.7 persen atau naik sekitar 8.9 persen atau sekitar 25.5 juta pengguna. Di tahun lalu kita naik 21 juta dan di tahun ini kita naik 25.5 juta. Begitu juga dengan agresivitas teknologi *E-Commerce* berbanding lurus dengan jumlah pengguna internet di Indonesia. Situs katadata.co.id melakukan perhitungan dan mencoba memprediksi tingkat penetrasi *E-Commerce* di Indonesia hingga tahun 2023, hasil perhitungan dan prediksi terebut dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah.



Gambar 1. 1 *Pengguna Dan Tingkat Penetrasi E-Commerce*
(Sumber databoks.katadata.co.id)

Gambar diatas menunjukan pengguna dan penetrasi *E-Commerce* di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10.8 persen menjadi 154.1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun 2019 mencapai 168.3 juta pengguna dan 212.2 juta pada 2023. Peningkatan ini ditopang oleh kemajuan teknologi yang memberikan kemudahan berbelanja bagi para konsumen. Bukan hanya kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi, tetapi menawarkan juga pengalaman berbelanja yang baru kepada konsumen dan ini juga salah satu peningkatan pesatnya transaksi *E-Commerce* di Indonesia.

Untuk tetap maju dalam persaingan di era digital ini perusahaan memilih media sosial sebagai media promosi dan pemasaran agar menjangkau lebih luas, hal ini terbukti dengan hampir 10 ribu pengikutnya di media sosial. Bahkan kita dapat mengatakan bahwa strategi pemasaran tersebut menjadikan produk cemilan ini menjadi terkenal di kalangan anak muda hingga orang dewasa khususnya di Bandung. Dalam upaya penjualan lebih lanjutnya Markicus juga menggunakan media sosial untuk melayani pemesanan konsumennya. Selain itu Markicus menggunakan perangkat lunak pengolah angka untuk membantu pengolahan data transaksi dan stok produk.

Tentu sangat tidak efektif pemakaian ketiga hal tersebut, benar jika dikatakan bahwa media sosial merupakan tempat paling strategis bagi Markicus melakukan promosi produknya, tetapi sangat disayangkan media sosial ini tidak bisa menampilkan detail stok barang sehingga konsumen yang berminat harus mengonfirmasi terlebih dahulu ke pihak Markicus melalui media. Setelah calon konsumen menghubungi pihak Markicus melalui media sosial untuk menunggu

konfirmasi ketersediaan barang yang diinginkan oleh konsumen, biasanya konsumen menunggu waktu yang cukup lama untuk mendapatkan konfirmasi dari pihak Markicus. Lamanya menunggu konfirmasi dari pihak Markicus ke konsumen ini dikarenakan mereka bukan satu – satunya orang yang mencoba menanyakan ketersediaan stok barang yang diinginkan, selain itu juga lamanya menunggu konfirmasi disebabkan media sosial ini pulalah terjadinya kegiatan pemesanan, pengembalian, barang, konfirmasi pembayaran, dan sebagainya. Begitu juga dengan perangkat lunak pengolah angka sebagai alat pembantu pengolahan data transaksi, penggunaan perangkat lunak ini sangat membuka peluang resiko kesalahan masukan data, dan adanya redudansi data.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas penulis Melihat terjadi hal – hal diatas maka penulis menyarankan penerapan E-Commerce pada perusahaan ini, dengan mengambil judul “PENERAPAN E-COMMERCE PADA PENJUALAN PRODUK CV. CIPTA PRIMA WISESA”.

1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, terdapat beberapa masalah yang dapat penulis identifikasi, di antaranya:

1. Sistem penjualan di CV. Cipta Prima Wisesa belum menggunakan sistem informasi penjualan berbasis komputer, hal ini menyebabkan lambatnya kinerja perusahaan.
2. Pengolahan produk dan data transaksi yang masih menggunakan perangkat lunak pengolah angka, hal ini terjadinya kesalahan dalam memasukan data dan terjadinya redudansi data.
3. Kegiatan pemesanan barang, konfirmasi pembayaran, ketersediaan barang / produk dan pengajuan retur yang dilakukan konsumen masih menggunakan media sosial, tentu hal ini cukup memakan waktu.
4. Pencatatan transaksi pembelian dan penjualan barang masih ditulis dengan tangan di kertas lalu dipindahkan ke aplikasi pengolahaan angka.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan di atas, maka permasalah yang akan dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem penjualan yang sedang berjalan di CV. Cipta Prima Wisesa.
2. Bagaimana perancangan sistem informasi penjualan berbasis web pada CV. Cipta Prima Wisesa.

3. Bagaimana pengujian sistem informasi penjualan berbasis web pada CV. Cipta Prima Wisesa.
4. Bagaimana penerapan sistem informasi penjualan berbasis web pada CV. Cipta Prima Wisesa.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini bermaksud untuk menerapkan teknologi *E-Commerce* pada penjualan produk – produk cemilan yang ada di CV. Cipta Prima Wisesa, penerapan ini agar meingkatkan kinerja pihak perusahaan dalam proses manajemen yang berjalan dan meningkatkan kegiatan penjualan produk.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian identifikasi dan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem penjualan yang sedang berjalan di CV. Cipta Prima Wisesa
2. Untuk membuat rancangan sistem informasi penjualan berbasis web di CV. Cipta Prima Wisesa
3. Menguji sistem informasi penjualan berbasis web pada CV. Cipta Prima Wisesa
4. Untuk melakukan penerapan sistem informasi penjualan berbasis web di CV. Cipta Prima Wisesa

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan membantu pihak perusahaan CV. Cipta Prima Wisesa dibidang cemilan dan untuk mengatasi beberapa masalah yang ada di sistem yang berjalan saat ini.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sebuah dokumen akademik yang nantinya dapat menjadi acuan dalam penulisan sebuah penelitian oleh sivitas akademika.

1.5. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menentukan beberapa Batasan masalah yang dimaksudkan untuk mempersempit ruang lingkup dari permasalahan yang dikaji. Berikut adalah batasan – batasan masalah yang penulis tentukan pada penelitian ini:

1. Sistem ini membahas mengenai penjualan beserta retur penjualanya.
2. Pendataan barang berupa produk jadi, kemasan dan bahan baku.
3. Proses pembayaran sistem ini menggunakan metode *cash* dan *payment gateway* Midtrans.
4. Sistem menghasilkan laporan penjualan *online* dan *offline,* laporan retur produk, laporan ketersediaan barang.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di CV. Cipta Prima Wisesa perusahaan yang berfokus di bidang cemilan, adapun unit usaha ini berlokasi di Green Ca*list*a town

house no. 1 Jl. Mekarwangi RT/RW: 2/11 Desa/Kel: sariwangi Kec: parongpong Parongpong, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat, 40559

1.6.2. Waktu Penelitian

Waktu yang dijalani penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul PENERAPAN E-COMMERCE PADA CV.CIPTA PRIMA WISESA, dapat dilihat dalam sebuah tabel waktu pelaksanaan penelitian berikut:

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu 2020 - 2021															
	Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Identifikasi Kebutuhan Aplikasi																
a. Observasi																
b. Wawancara																
c. Analisis Dokumen																
2. Pembuatan Aplikasi																
a. Perancangan Alur Program																
b. Perancangan Basis Data																
c. Implementasi Rancangan Menjadi Program																
3. Pengujian Aplikasi																
4. Perbaikan Aplikasi																

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab yang pertama ini penulis membahas mengenai garis besar dari latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, maksud dan tujuan, kegunaan, batasan masalah, jadwal dan lokasi hingga sistematika penulisan dari penelitian yang penulis jalankan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang kedua penulis memaparkan penelitian – penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis kali ini. Selain itu di dalam bab ini dibahas pula teori – teori dasar yang menjadi fondasi dan acuan penelitian.

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Pada bab yang ketiga penulis membahas tentang objek penelitian dan metode – metode yang penulis gunakan di penelitian kali ini. Pada bab yang ketiga ini pula dibahas tentang analisis sistem yang saat ini sedang berjalan dan bagaimana evaluasinya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab yang keempat menjelaskan tentang perancangan sistem yang diusulkan oleh penulis. Usulan ini dijelaskan menggunakan alat bantu UML (*Unified Modeling Language*). Selain usulan perancangan sistem pada bab ini digambarkan pula usulan perancangan antar muka dan arsitektur jaringan. Bab yang keempat ini ditutup dengan pembahasan mengenai pengujian dan implementasi perangkat lunak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab yang terakhir ini penulis mengulas hasil dari penelitian yang telah dilakukan sehingga dapat menjawab tujuan dan permasalah yang telah didefinisikan sebelumnya. Selain hal tersebut pada bab ini penulis juga memberikan saran tentang hal - hal tambahan yang dapat membantu pengembangan penelitian ke depannya.