

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam memasuki dunia globalisasi, manusia mengenal teknologi yang semakin maju untuk mempermudah melakukan berbagai kegiatan dalam kehidupan. Penemuan dan inovasi baru di bidang teknologi selalu dilakukan setiap hari guna mendapat teknologi yang canggih dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu masalah-masalah sosial dan ekonomi [4] Di era sekarang, masyarakat menjadikan internet sebagai alternative sumber informasi pertama yang dapat di akses untuk memenuhi kebutuhannya suatu informasi tertentu. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, semakin banyak media telekomunikasi yang dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran, dan bahkan diantaranya dapat memfasilitasi komunikasi secara dua arah. Pengguna tentunya dapat melihat barang yang dicari dengan mudah hanya sekali klik komputer yang terhubung dengan internet tanpa kita harus datang ke toko secara langsung.

Salah satu bisnis yang menjadi tren baru di masyarakat sekarang ini adalah dalam bidang belanja online, salah satu bentuk usaha dari para pebisnis online adalah memberikan fasilitas dan pelayanan yang memuaskan terhadap dengan berkembangnya teknologi informasi bisnis melalui situs jual beli online di indonesia sudah sangat berkembang dengan begitu cepat. Salah satu teknologi informasi yang banyak perusahaan atau badan usaha pakai adalah melalui website. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan atas produknya dan mampu

bersaing dengan kompetitor. Dengan semakin canggihnya perkembangan teknologi tersebut maka terciptalah konsumen yang juga semakin canggih untuk memilih. Setiap perusahaan akan berlomba lomba untuk bertahan hidup dalam persaingan dunia bisnis. Berdasarkan fakta tersebut, pembuatan sebuah sistem informasi penjualan yang memanfaatkan internet sebagai fundamentalnya sangat berpengaruh dalam mempromosikan produk-produk. Produk yang ada tidak hanya dapat dinikmati oleh pelanggan regional, namun juga dapat dinikmati dengan skala nasional bahkan internasional.

Brand Sweet Panda berdiri pada tahun 2013, Sweet Panda yang beralamat di Jl.Ampera Sukamandi Jaya, Subang, Sweet Panda merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pakaian. Brand Sweet Panda tidak hanya memproduksi baju saja, beberapa produk fashion lainnya juga, diantaranya kaos, hoodie dan topi. Sweet Panda lebih mengutamakan kebutuhan untuk para remaja hingga dewasa. Brand ini juga sangat cocok untuk style para generasi milenial ini.

Brand Sweet Panda masih menggunakan manual Seperti Pencatatan Laporan penjualan masih menggunakan Tulis tangan di buku dan proses penjualan yang dilakukan oleh brand Sweet Panda konsumen harus datang ke toko langsung untuk melakukan pembelian produk, sehingga konsumen yang berada diluar kota untuk datang ke toko memerlukan banyak waktu dan menambah biaya, sedangkan untuk peluang pasar di luar kota sangatlah menarik tetapi saat ini Sweet Panda belum memiliki cabang diluar kota untuk membuka cabang diluar kota akan mengeluarkan banyak biaya. Pengolahan data produk masih dilakukan dengan mencatat di buku sehingga kesulitan bagi Sweet Panda untuk mengelola data

produk yang ada. Media promosi yang dipakai oleh brand Sweet Panda menggunakan Instagram, Shopee, Tokopedia.

Dengan kendala yang di hadapi oleh brand Sweet Panda maka di butuhkan adanya Website, Mungkin dengan adanya sistem penjualan berbasis *Website* mempermudah calon konsumen untuk berbelanja dimana dan kapan saja dengan itu konsumen mengetahui detail-detail produk Sweet Panda.

Dengan latar belakang tersebut diatas, tertarik untuk membuat skripsi dengan judul: “Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada Brand SweetPanda”

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini dari penjelasan latar belakang yang sudah dikemukakan diatas.

1. Manajemen Stok yang tidak efisien tanpa adanya sistem komputerisasi, brand Sweet Panda menghadapi masalah dalam mengelola stok mereka. Sulit untuk memantau persediaan produk jadi, dan aksesoris yang digunakan dalam produksi.
2. Proses penjualan Sweet Panda masih konvensional seperti konsumen datang langsung ke toko.
3. Proses laporan penjualan masih dilakukan secara manual seperti pencatatan di buku, hal ini dapat mengakibatkan kesalahan memasukkan

data pada laporan, dikarenakan apabila data yang dimasukkan banyak, rentan akan terjadi kesalahan seperti tidak sesuai dengan data penjualan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Setelah mempelajari berdasarkan pendahuluan dan latar belakang yang telah dilakukan, maka akan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem informasi yang sedang berjalan pada brand SweetPanda?
2. Bagaimana perancangan sistem informasi penjualan berbasis web pada SweetPanda?
3. Bagaimana tahapan pengujian sistem informasi pemesanan pada brand SweetPanda?
4. Bagaimana implementasi sistem informasi pada SweetPanda?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk memudahkan proses jual beli antara penjual dan pembeli dengan adanya sistem informasi penjualan dan pemesanan yang berbasis web pada SweetPanda.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses sistem informasi penjual brand Sweet Panda yang sedang berjalan.
2. Untuk merancang sistem informasi yang dibutuhkan merek Sweet Panda untuk mengetahui kendala yang ada.
3. Untuk menguji sistem informasi pemesanan pada brand Sweet Panda.
4. Untuk mengimplementasi sistem informasi penjualan brand Sweet Panda.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Bagi peneliti lain agar dapat menambah wawasan dan mengembangkan kemampuan dalam melakukan penelitian.
2. Bagi peneliti lain dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk pengembangan ataupun pembuatan yang berhubungan dengan penelitian yang sama yang peneliti bahas.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Sweet Panda Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat dan memberikan layanan yang baik kepada konsumen agar penjualan perusahaan meningkat.
2. Bagi Konsumen Mempermudah untuk melihat produk yang sudah tersedia dan melakukan pembelian tanpa keluar rumah atau datang ke toko.

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang penelitian, Identifikasi dan Rumusan Masalah, Maksud dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Batasan Masalah, Lokasi dan Waktu Penelitian dan Sistematis Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini membahas Penelitian terdahulu dan teori-teori pendukung yang relevan serta digunakan dalam pembangunan sistem informasi .

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Pada Bab ini berisi Objek Penelitian, Metode Penelitian yang digunakan serta Analisis Sistem yang sedang berjalan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini membahas sistem yang akan diusulkan. Perancangan yang dikembangkan, Implementasi basis data, Antar muka, Uji coba dan hasil pengujian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.