# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia informasi dan teknologi sangat cepat pada dasawarsa terakhir, sejak dimulainya era millennium. Perkembangan itu salah satunya ditandai dengan keberadaan internet yang menyediakan berbagai layanan. Bentuk layanan yang dihadirkan internet sangat berguna dan membantu bagi kehidupan manusia. Mulai dari akses data, informasi actual, iklan, komunikasi dan sebagainya, selain keuntungan tersebut, keistimewaan lain internet adalah kemudahan akses atau pengoprasiannya yang dapat dilakukan siapa pun. Maka tidak mengherankan jika internet telah menjadi konsumsi public sebagian besar masyarakat Indonesia. Keberadaan internet telah menghadirkan nuansa tersendiri ditengah masyarakat, karena selalu mengikuti kemajuan teknologi. Penambahan fasilitas demi menambah kepuasan pelanggan menjadi sisi yang ditonjolkan. Hal ini tentu saja semakin memantapkan posisinya sebagai bagian integral maysrakat. Ia telah menjadi bagian hidup masyarakat masa kini, bukan hanya sebagai rujukan informasi, tetapi juga gaya hidup dan kebudayaan.,karena tidak semua kalangan dapat menerima informasi mengenai Glodok Elekcomp Shop ini, jelas ini sangat mempengaruhi penjualan barang Glodok Elekcomp Shop Sistem informasi menempati peranan utama dalam fenomena bisnis sebagai andalan perusahaan dalam mengantisipasi dan memenangkan persaingan global. Kurang

diimbanginyasistem informasi akan memperlambat kemajuan usaha Glodok Elekcomp Shop dalam mencapai tujuannya. Tingkat penjualan pada Glodok Elekcomp Shop belum mencapai target yang diinginkan dikarenakan media promosi yang dilakukan saat ini masih sebatas penyebaran- penyebaran brosur, sebagai sarana untuk mempublikasikan hasil produk seperti monitor, mause, cpu, laptop dan hal-hal yang berhubungan dengan komputer. Dengan pasar yang diinginkan dalam penjulan barang yaitu semua kalangan dengan target pasar remaja-remaja saat ini.

Dikarenakan sistem penjualan yang masih belum terkumputerisasi, Glodok Elekcomp Shop berkeinginan untuk mengembangkan sistem penjualan dan promosi yang lebih baik, lebih menguntungkan, lebih efisien, dan efektif, maka penulis memberikan solusi dengan membuat sebuah aplikasi penjualan barang yang berbasis *web*. Seperti yang telah diterangkan diatas yaitu dengan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk menjual produk dan promosi, dengan harapan Glodok Elekcomp Shop lebih dikenal dan produknya lebih diminati oleh masyarakat, khususnya dan oleh para pengguna internet umumnya. Berdasarkan pemikiran dan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil tugas akhir dengan judul **"SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB PADA GLODOK ELEKCOMP SHOP"**

## 1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Penulis melakukan pengumpulan data masalah dan mengidentifikasi yang terjadi pada Glodok Elekcomp Shop serta melakukan perumusan masalah dari hasil pengumpulan data permasalahan.

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah, karena merupakan langkah pertama dalam perancangan suatu sistem. Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada Glodok Elekcomp Shop adalah:

1. Proses pencarian dan pencatatan data barang yang memakan banyak waktu.
2. Kegiatan promosi yang dilakukan belum meluas, karena hanya terbatas pada media cetak yaitu pengiklanan yang di berikan terhadap konsumen melalui koran serta di pameran.
3. Konsumen tidak dapat mengetahui informasi produk dengan lengkap, dan detail.

### 1.2.2 Rumusan Masalah :

1. Bagaimana membuat sistem informasi untuk meningkatkan penjualan / promosi yang akan di buat.
2. Bagaimana mempermudah dalam pencarian dan pencatatan data barang.
3. Bagaimana cara penyampaian informasi produk secara detail yang akan di tawarkan Glodok Elekcomp Shop terhadap konsumen.

## 1.3 . Maksud Dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperkuat daya saing perusahaan dan meningkatkan laba yang didapatkan oleh perusahaan, membuat suatu perubahan yang merupakan suatu inovasi sehinggga mengikuti perkembangan jaman dan pesatnya kemajuan teknologi, menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan meningkatkan volume penjualan.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Membangun sistem informasi penjualan yang memudahkan dalam pencarian dan pencatatan data barang.
2. Membuat sistem informasi pemasaran produk yang dapat diakses secara detail sehingga akan mudah di mengerti oleh konsumen.
3. Membuat media pemasaran melalui media internet, yang dapat di akses secara luas.

## 1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang akan didapat dari penelitian ini meliputi dua bagian yaitu kegunaan praktis dan kegunaan akademis, guna lebih mengetahui isi kegunaan trsebut penulis akan menguraikan di bawah ini :

### 1.4.1 Kegunaan Akademis meliputi :

a. Kegunaan akademis untuk jurusan manajemen informatika

   Sebagai sumbangsih pemikiran ilmiah dari ilmu yang telah didapat di jurusan tersebut, dan menjadikan perbandingan dengan dunia kerja nantinya.

b. Kegunaan bagi peneliti

   Berguna untuk meneliti kemampuan dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh di bangku perkuliahaan di jurusan manajemen infromatika.

c. Kegunaan bagi penulis

   Sistem informasi ini dapat berguna bagi penulis itu sendiri sebagai bahan refensi bagi penulis lain.

### 1.4.2. Kegunaan Praktis meliputi :

a. Bagi perusahaan

   Melalui penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan terutama mengenai pentingnya sistem informasi di era modern seperti ini.

b. Bagi pegawai

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memotifasi semangat para pegawai untuk dapat meningkatkan kualitas kerja dan pelayanan terhadap konsumen serta memudahkan para pekerja untuk melakukan pekerjaannya.

## 1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian itu perlu dilakukan pembatasan-pembatasan agar pembahasan tidak meluas. Pembatasan ini dilakukan dengan memperhatikan syarat-syarat dasar dalam melakukan suatu penelitian dan diusahakan tidak mempengaruhi tujuan penelitian, akan tetapi hanya akan berpengaruh terhadap ruang lingkup penelitian saja. Adapun batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dilakukan di Golodok Elekcomp Smop.
2. Penelitian ini hanya membahas mengenai penjualan.
3. Data barang yang akan dijual adalan data barang yang terdapat pada bagian penjualan, sehingga bagian penjualan selalu memiliki stok barang untuk dijual.
4. Retur hanya bisa dilakukan apabila barang rusak, batas waktu untuk retur barang kurang dari satu minggu setelah barang diterima oleh pehak pembeli, dan apabila barang telah di retur barang tersebut didak bisa di retur kembali.
5. Proses pembayaran melalui bank yang di sediakan oleh pihak perusahaan, diantaranya Bank BCA, Bank MANDIRI, dan Bank BNI.
6. Pengiriman barang dilakukan melalui jasa pengiriman barang yang telah di sediakan oleh perusahaan, diantaranya TIKI, dan JNE.
7. Harga pengiriman barang sesuai dengan ketetapan jasa pengiriman barang yangb telah ada.

8. Pihak perusahaan tidak bertangggung jawab atas keterlambatan pengiriman barang, barang tidak terkirim, atau alamat yang salah untuk pengiriman barang.

Berdasarkan batasan Masalah yang disimpulkan diatas, penulis tidak akan memasukan kedalam sistem yang penulis rancang.

## 1.6 LOKASI DAN JADWAL PENELITIAN

### 1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Glodok Elekcomp Shop ln. Hayam Wuruk Lindateves Trade Center Lt. UC Block A 19 No 5 Jakarta Indonesia.

### 1.6.2. Jadwal Penelitian

**Tabel 1.2 Jadwal Penelitian**

| No | Nama Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | mart | | | | april | | | | mei | | | | juni | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Mengidentifikasi kebutuhan | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. observasi | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. wawancara | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Studi Pustaka | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | |
| 3 | System Engineering | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| 4 | System Analysis | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | |
| 5 | Design | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| 6 | Coding | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| 7 | Testing | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| 8 | Maintenance | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |