BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan teknologi informasi berkembang dan melaju dengan pesatnya baik di bidang apapun. Di era globalisasi ini,media informasi dituntut mampu memberi multi peran,diantaranya sebagai alat untuk mempercepat proses perkenalan masyarakat mengenal teknologi lebih jauh.masyarakat juga cenderung menuntut suatu penyedia informasi yang lebih bersahabat dengan pengguna seperti *Internet*.

internet menjadi sangat penting belakangan ini dikarenakan *internet* mampu mengatasi berbagai kelemahan informasi lain yang telah ada,seperti keterbatasan waktu dalam menyajikan informasi.baik keterbatasan waktu terbit dan waktu tayang.

Salah satu contoh perkembangan di dalam dunia usaha yang semakin meningkat mengakibatkan persaingan usaha pun semakin ketat. Salah satu sumber daya yang berperan dalam suatu perusahaan adalah sumber daya promosi dan penjualan.

Promosi merupakan salah satu alat penggerak utama dalam menjalankan aktivitas perusahaan, promosi juga merupakan cara yang paling tepat dan ekonomis untuk memasarkan suatu produk dalam sebuah perusahaan. Sehubungan dengan itu, maka perlu adanya perencanaan dan pengendalian yang baik dalam hal ini. Tanpa tersedianya suatu promosi yang baik,maka target

perusahaan untuk mendapatkan konsumen tidak mungkin dapat tercapai seperti apa yang diinginkan.

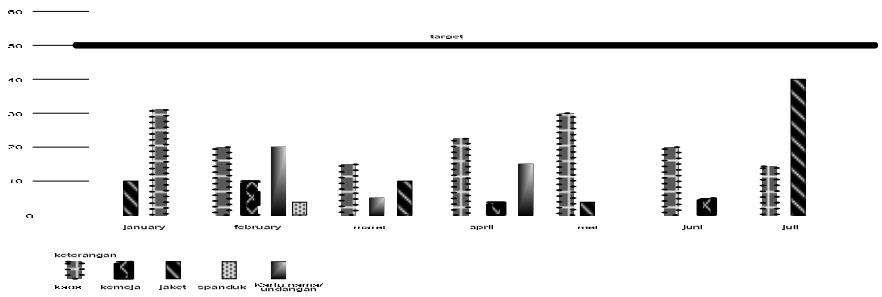
Promosi juga merupakan salah satu sarana komunikasi antara perusahaan dengan konsumen terutama mengenai pelayanan ataupun produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi juga berfungsi untuk menarik perhatian awal pelanggan, persepsi, lalu perhatian yang lebih besar, dan minat membeli. Atau dapat pula mempengaruhi pemahaman perasaan, emosi, motivasi, keyakinan, minat, keputusan, citra, asosiasi, ingatan dan pengenalan pelanggan. Sedangkan system penjualan juga berperan penting bagi kemajuan perusahaan, karena adanya suatu system yang baik, mudah serta professional, maka konsumen akan merasa nyaman, aman, dan mudah dalam melaksanakan berbagai proses transaksi jual beli.

CV Mimma design adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang percetakan di daerah Bandung dimana perusahaan ini menawarkan produk dan jasa seperti pembuatan kartu undangan, produksi kaos, pemesanan kartu nama, kemeja, jaket, celana, brosur, famplet, spanduk, baliho, map, banner, makloon sablon, dan jahit. Perusahaan ini berupaya untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan daya jual dan daya saing pasar. Salah satu upaya yang telah dilakukan dalam pencapaian tujuan tersebut yaitu promosi dan system penjualan. Cara promosi yang saat ini berjalan di dalam perusahaan ini menggunakan media cetak yaitu brosur dan spanduk namun cara tersebut mempunyai kendala- kendala seperti kurang tanggapnya masyarakat terhadap brosur yang diberikan, karena tidak semua orang mau membaca dan menanggapi brosur- brosur tersebut,

produk dan jasa yang ditawarkan kurang lengkap karena terbatasnya media penyampaian yang digunakan dalam media cetak seperti brosur tersebut, terbatasnya jangkauan pasar karena hanya orang- orang sekitar yang melihat spanduk tersebut dan hanya dalam wilayah Bandung saja, pengaruh system promosi yang sedang berjalan saat ini terhadap tingkat penjualan cenderung kurang efisien bahkan tidak efektif, karena setelah berjalan cukup lama, tidak mengalami perubahan atau peningkatan penjualan. Selain itu penggunaannya mempunyai batasan waktu tertentu, cukup memakan waktu dalam pembuatan brosur, biaya yang dikeluarkan cenderung tinggi dalam promosi media cetak ini namun hasil yang didapat kurang efektif dan kurang efisien, konsumen yang datang masih dalam ruang lingkup yang sama dan belum mengalami peningkatan konsumen atau peningkatan penjualan yang mencapai target berikut table dan gambar penjualan:

Table 1.1 Tingkat penjualan

Bulan/tahun	Penjualan barang	tot	Pemesanan barang/jasa	tot	Target kaos	Target jaket	Target kemeja	Target kartu nama/undangan	Target spanduk
January/2009	Jaket 10 pcs,kaos 20pcs	30	Pemesanan kaos sepak bola 12pcs	12	50 pcs	50	50	50	50
Febuary/2009	Kaos 20,kemeja 10	30	Kartu undangan 5,kartu nama 15, spanduk 3	23	50	50	50	50	50
Maret/2009	Kaos 15	15	Kartu nama 5,jaket 10	15	50	50	50	50	50
April /2009	Kaos 24,kemeja 3	27	Kartu nama 15	15	50	50	50	50	50
Mei/2009	Kaos 30,jaket 3	33	-		50	50	50	50	50
Juni/2009	Kaos 20, kemeja 4	24	-		50	50	50	50	50
Juli/2009	Kaos 15, jaket 10	25	Jaket 30	40	50	50	50	50	50



Gambar 1.1 Grafik penjualan

Sedangkan system penjualan yang saat ini sedang berjalan masih bersifat manual yaitu dalam pengolahan data masih menggunakan kertas nota da rentan terjadi hilangnya data yang ada selain itu konsumen masih harus mendatangi perusahaan guna melihat contoh- contoh produk dan jasa yang ditawarkan, yang dapat menimbulkan rasa malas konsumen untuk dating ke perusahaan tersebut.

Melihat masalah diatas penulis tertarik untuk memberikan suatu solusi untuk mengatasi kendala- kendala yang ada pada cara promosi dan system penjualan di CV mimma design tersebut dengan merancang suatu system informasi promosi dan penjualan berbasis *web* dimana di dalamnya terdapat suatu system yang dapat memproses data, mengolah data dan melakukan suatu transaksi penjualan.Melihat perkembangan *web* saat ini tidak hanya merupakan halaman online yang hanya dapat dibaca atau statis namun telah berkembang menjadi *web* yang lebih dinamis dan interaktif yang mampu memberikan dan menerima respon dari dan ke pengakses, sehingga bersifat dua arah. Diharapkan dengan system informasi berasis web ini dapat memperbaharui system promosi dan penjualan yang telah ada dan mendongkrak daya saing dan daya jual pasar serta memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mengolah data dan bagi konsumen dalam melakukan transaksi penjualan dan mendapatkan promosi- promosi yang ditawarkan oleh CV mimma design, karena sifatnya yang *online* dapat dilakukan dimana dan kapan saja tanpa jangkauan ruang dan waktu.

Mengacu pada latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul penelitian yaitu **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PROMOSI DAN PENJUALAN BERBASIS WEB DI CV MIMMA DESIGN”.**

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi yang telah dilakukan maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah, karena merupakan langkah pertama dalam perancangan suatu sistem. Permasalahan-permasalahan yang terjadi di CV Mimma Design adalah :

1. Terbatasnya penyebarluasan promosi karena masih bersifat media cetak seperti spanduk,brosur.
2. Hanya bersifat satu arah dan tidak bisa terjadi suatu proses jual beli langsung dalam promosi menggunakan media cetak tersebut.
3. Sulitnya dalam proses pengolahan data dalam proses penjualan karena masih bersifat manual dan belum ter komputerisasi

Rumusan Masalah :

1. Bagaimana sistem promosi dan penjualan yang sedang berjalan di CV Mimma Design pada saat ini?
2. Bagaimana implementasi sistem informasi promosi dan penjualan yang akan dibuat di CV Mimma Design?
3. Bagaimana perancangan system informasi yang akan dirancang di CV Mimma Design.?
4. Bagaimana pengujian sistem informasi promosi dan penjualan yang akan dibuat di CV Mimma Design.?

1.3 . MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari perancangan system informasi promosi dan penjualan berbasis *web* tersebut yaitu 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. Untuk mengetahui pengaruh perkembangan jaman yaitu *internet* terhadap kemajuan perusahaan khususnya di bidang percetakan.
2. Membuat program aplikasi yang berfungsi sebagai alat promosi,pemesanan, dan penjualan sehingga bisa terjadi proses jual-beli secara online melalui media *internet*,
3. Memperluas jangkauan pasar.
4. Memperkecil biaya yang dikeluarkan

1.4. KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Kegunaan Akademis meliputi :

a. Kegunaan akademis bagi jurusan manajemen informatika sebagai sumbangsih pemikiran ilmiah dari ilmu yang telah didapat di jurusan tersebut,khususnya dalam penyajian program yang di buat.

b. Kegunaan bagi peneliti, berguna untuk melatih kemampuan dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh di bidang ilmu manajemen informatika.

c. Kegunaan Bagi penulis lain yang mendalami konsep penelitian yang sama baik sebagai referensi maupun sebagai bahan pembanding.

1.4.2. Kegunaan Praktis meliputi :

a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan yang positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan.
b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan atau referensi bagi pihak lain yang memerlukan untuk penelitian lebih lanjut
c. Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan terutama mengenai pentingnya system informasi di era modern seperti ini
d. Hasil perancangan aplikasi bisa mempermudah konsumen untuk mendapatkan data-data tentang percetakan
e. Perancangan system ini dapat memberikan informasi berupa promosi yang mungkin bermanfaat bagi konsumen ataupun masyarakat luas

1.5 BATASAN MASALAH

Agar penelitian lebih mengarah pada inti masalah yang sesungguhnya, maka diperlukan pembatasan penelitian sehinggga penelitian yang di hasilkan menjadi lebih fokus agar mendapatkan suatu pemecahan masalah dan kesimpulan yang lebih akurat serta luasnya permasalahan yang ada dalam suatu system informasi di perusahaan, maka ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada system informasi promosi, penjualan dan pembayaran saja.

1.6 LOKASI DAN JADWAL PENELITIAN

1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di CV Mimma Design Jl Awi Temen N0 11.Bandung. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 03 oktober 2009 sampai dengan 31 January 2010.

1.6.2. Jadwal Penelitian

Table 1.2 Estimasi Jadwal Penelitian

NO	Nama Kegiatan	Oktober 2009				November 2009				Desember 2009			Januari 2010			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4
1	analisis															
2	desain															
3	implementasi															
4	pengujian															