BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. SANBE FARMA adalah perusahaan farmasi yang bergerak di bidang produksi dan penjualan obat-obatan. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1975 di Bandung oleh Jahja Santoso bersaudara. Pada mulanya PT. SANBE FARMA hanya memproduksi obat-obat *ethical*, hingga pada tahun 1985 mulai memproduksi juga obat-obatan untuk hewan. Tepatnya pada tahun 1992, PT. SANBE FARMA mulai memasuki pasar obat bebas (*OTC*) dengan salah satu *merk* andalannya yaitu Sanaflu, dan hingga Sekarang sudah menduduki peringkat terbaik di Indonesia. Semua prestasi yang telah di dapat oleh ini secara tidak langsung menuntut perusahaan ini untuk menjadi sebuah perusahaan yang memiliki suatu keunggulan dibandingkan perusahaan lain, lebih cepat berkembang di bandingkan perusahaan lain, serta menjadi suatu acuan bagi perusahaan-perusahaan lainnya. Dengan kata lain PT. SANBE FARMA masih memerlukan pengembangan dari segi bisnis untuk mempertahankan prestasinya tersebut.

Di sisi lain lingkup penjualan PT. SANBE FARMA sudah menegara. Segala pelayanan, produk-produk terbaik serta cara kerja *intern* terbaik telah diberikan untuk memenuhi kepuasan agen –nya. Hal ini seharusnya sudah menjadi suatu modal besar untuk menjalin hubungan yang *solid*. Hubungan yang terjalin

melibatkan hubungan antara dua organisasi dalam konteks bisnis, dengan kata lain kegiatan proses penjualan yang dilakukan dalam porsi besar dan dilakukan antara pebisnis dan pebisnis (*B2B*). Ditambah *trading patners* yang saling mengetahui dan terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama diantara mereka jangan sampai mengecewakan. Tetapi pada kenyataanya hubungan antara PT. SANBE FARMA dan agen-nya masih memiliki suatu hambatan, yaitu kurangnya sarana penghubung antara PT. SANBE FARMA dan agen, dikarenakan agen PT. SANBE FARMA luas hampir di seluruh dunia.

Dalam proses promosi produk dibutuhkan keleluasaan dalam penyebarannya mulai dari cakupan jarak, ketepatan waktu ataupun kemudahan yang ditawarkan. Hal tersebut menjadi penunjang utama dalam sebuah proses penjualan produk. Namun pada pelaksanaannya di PT. SANBE FARMA masih memerlukan pembaharuan dalam segi akses promosi dan penjualan, karena masih sulitnya dalam proses penyebaran informasi tentang promosi produk dan penjualan produk dengan adanya keterbatasan kemampuan menjangkau tempat tujuan, yang masih mengandalkan *sales door to door* dalam pelaksanaannya.

Kecepatan pengaksesan, dapat di gunakan dimana saja dan kapan saja, *validitas* data, proses pembelian produk yang *relative* nyaman, dan proses transaksi yang aman merupakan penawaran menarik dalam suatu proses sistem penjualan. Aspek-aspek tersebut menghasilkan daya tarik tertentu terhadap agen sehingga memberikan dampak kemudahan secara langsung. Hal ini masih menjadi salah satu kendala dalam proses penjualan yaitu, kurang mudahnya dalam segala

aspek penjualan produk mulai dari automasi media transaksi hingga informasi pengiriman barang.

Melihat dari proses promosi dan penjualan produk yang ada sekarang masih menggunakan sarana *offline* yang masih banyak menyebabkan kendala. Dengan semua kesiapan yang ada pada agen mulai dari adanya akses *internet* hingga segala hal yang telah ter-*komputerisasi*, maka untuk menanggulangi kendala tersebut di buatlah sebuah sistem informasi penjualan berbasis web (*E-Commerce*), yaitu **"Sistem Informasi Penjualan *Online BUSINESS TO BUSINESS* (*B2B*) di PT. SANBE FARMA".**

1.2 Identifikasi Masalah

Melihat fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang, maka masalah-masalah yang ada adalah sebagai berikut :

1. PT. SANBE FARMA masih memerlukan pengembangan dari segi bisnis untuk mempertahankan prestasinya.
2. Kurangnya sarana penghubung antara PT. SANBE FARMA dan agen.
3. Masih sulitnya dalam proses penyebaran informasi tentang promosi produk dan penjualan produk dengan adanya keterbatasan kemampuan menjangkau tempat tujuan, yang masih mengandalkan *sales door to door* dalam pelaksanaannya.
4. Kurang mudahnya dalam segala aspek proses penjualan produk, mulai dari automasi media transaksi hingga informasi pengiriman barang.
5. Masih menggunakan sarana *Offline* dari pada *Online*.

Berdasarkan permasalahan diatas maka dirumuskan masalahnya adalah bagaimana membangun Sistem Informasi Penjualan *Online BUSINESS TO BUSINESS* (*B2B*) di PT. SANBE FARMA.

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari penelitian ini adalah :

1. Membangun Sistem Informasi Penjualan *Online BUSINESS TO BUSINESS* (*B2B*) di PT. SANBE FARMA.

Sedangkan yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Terpenuhinya pengembangan bisnis PT. SANBE FARMA.
2. Terpenuhinya sarana penghubung antara PT. SANBE FARMA dan agen
3. Mempermudah penyebaran informasi tentang promosi produk dan penjualan produk yang masih mengandalkan *sales door to door* dalam pelaksanaannya.
4. Memudahkan dalam segala aspek proses penjualan produk mulai dari automatisasi proses transaksi.
5. Mengubah sarana *offline* menjadi *online.*

1.4 Batasan Masalah/Ruang Lingkup kajian

Untuk mempermudah pembahasan selanjutnya, sehingga tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah yaitu:

1. Data yang akan diolah antara lain :
    a. Data *user*

        Data pengunjung, data agen dan data admin

    b. Data produk
    c. Data kategori produk
    d. Data pembelian
    e. Data pengiriman produk

        Data ongkos kirim, data forwarder, data provinsi, dan data kota

    f. Data berita
2. Proses yang dilibatkan antara lain :
    a. Pendaftaran
    b. Pembelian
    c. Pembayaran
    d. Mengelola data *user*

        Data agen dan data admin

    e. Mengelola data produk
    f. Mengelola data kategori produk
    g. Mengelola data pembelian
    h. Mengelola data pengiriman

        Data ongkos kirim, data forwarder, data provinsi, dan data kota

    i. Mengelola data berita
    j. Menyediakan fungsi untuk transaksi *online*
    k. Menyajikan informasi dan laporan Produk

l. Menyajikan informasi dan laporan pembelian

m. Menyajikan informasi dan laporan Agen

n. Menyajikan informasi dan laporan Pengiriman

o. Menyajikan informasi *stock* produk

3. Keluaran yang akan dihasilkan dari aplikasi antara lain :

   a. Informasi tentang agen

   b. Informasi tentang produk dan stok produk

   c. Informasi tentang pembelian

   d. Informasi tentang pengiriman

   e. Informasi tentang berita

   f. Laporan agen

   g. Laporan produk

   h. Laporan pembelian

4. Pengguna dari aplikasi yang akan dibangun ini terdapat dua pengguna antara lain :

   a. Pengunjung

   b. Agen

   c. Admin

5. Aplikasi pembangun yang digunakan adalah *Macromedia Dreamweaver* 8.

6. Bahasa Pemrograman yang digunakan adalah bahasa pemograman *PHP* dan Bahasa Pemrograman *Java Script*, dengan *database My SQL*.

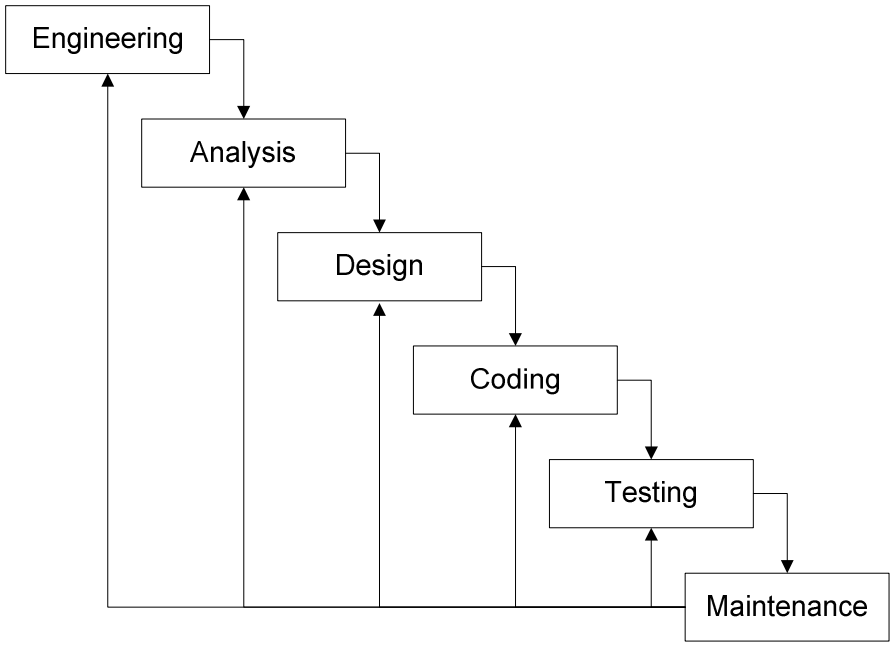
7. *Software* pendukung aplikasi ini adalah *web browser* untuk menjalankan aplikasi ini dan wamp 2.0 sebagai *web servernya*.
8. Aplikasi yang dibangun, berbasis *web.*
9. Keamanan pada layer aplikasi web ini menggunakan teknik *enkripsi* dan *authentification.* Lalu untuk layer *networking* menggunakan *HTTP Security*, sedangkan untuk keamanan webnya sendiri menggunakan *captcha*.
10. Pemodelan perangkat lunak menggunakan metoda terstruktur.
11. *Tools* model data dan model proses yang akan digunakan adalah diagram *E-R* untuk menggambarkan hubungan antar isi tabel-tabel dalam database melalui dua komponen utama yaitu *entity* dan relasi. *Flow map* untuk menggambarkan aliran data antar *entitas* yang terjadi dalam suatu sistem, sedangkan model prosesnya menggunakan *data flow diagram* (*DFD*).

1.5 Metodologi Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam pembuatan Sitem Informasi Penjualan *Online BUSINESS TO BUSINESS* (*B2B*) di PT. SANBE FARMA ini adalah dengan metode *Waterfall* Model karena langkah yang pertama dilakukan adalah mendefinisikan kebutuhan *user* dan bertahap secara berkala hingga ke tahap *operational maintenance.*

Langkah – langkah yang perlu dilakukan pada tahap analisis sistem adalah sebagai berikut :

1. *Engineering* adalah tahap rekayasa awal pengumpulan data.
2. *Analysis*, merupakan tahap menganalisis hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan pembuatan Sistem Informasi Penjualan Online d *Business To Business* (B2B) di PT. SANBE FARMA.
3. *Design*, merupakan tahap penterjemah dan keperluan – keperluan yang telah di analisis ke dalam bentuk yang lebih mudah dan dimengerti oleh pengguna.
4. *Coding*, merupakan tahap penterjemahan data atau pemecahan masalah perangkat lunak yang telah dirancang kedalam bahasa pemrograman yang telah ditentukan.
5. *Testing*, merupakan tahap pengujian terhadap Sistem Informasi Penjualan Online *Business To Business* (B2B) di PT. SANBE FARMA.
6. *Maintenance,* tahap akhir dimana suatu perangkat lunak yang sudah selesai dapat mengalamai perubahan – perubahan atau permintaan sesuai permintaan *user.*



Gambar 1.1 Skema *Waterfall*

1.6 Sistematika Penulisan

Agar mencapai hasil yang baik dan terarah serta tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka dibuat sistematika laporan Tugas Akhir yang di uraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah/ruang lingkup kajian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memberikan informasi umum tentang profil tempat kerja praktek yaitu sejarah perusahaan, visi dan misi logo perusahaan, badan

hukum perusahaan, struktur organisasi. Bab ini juga berisi tentang landasan teori dalam pembangunan Sistem Informasi Penjualan *Online BUSINESS TO BUSINESS* (*B2B*) di PT. SANBE FARMA.

BAB III ANALSIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi analisis kebutuhan dalam membangun aplikasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada aplikasi ini sesuai dengan metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan. Selain itu terdapat juga perancangan antarmuka untuk aplikasi yang akan dibangun sesuai dengan hasil analisis yang telah dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini berisi hasil implementasi dari hasil analisis dan perancangan yang telah dibuat disertai juga dengan hasil pengujian dari aplikasi ini yang dilakukan ke *Public* sehingga diketahui apakah sistem yang dibangun sudah memenuhi syarat sebagai aplikasi yang *user-friendly.*

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan tentang keseluruhan dari pembangunan aplikasi ini dan saran tentang aplikasi ini untuk masa yang akan datang.