BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan Teknologi Informasi Sangat Pesat, terutama pada beberapa dasawarsa terakhir. Kemajuan Teknologi dan informasi telah mengubah saluran informasi, sistem perekonomian dan gaya hidup sebagian besar orang - orang di seluruh belahan dunia saat ini. Hal ini disebabkan karena inovasi teknologi yang ditawarkan saat ini sangat memudahkan orang – orang untuk menjalankan aktifitasnya, seperti kemudahan berinteraksi, berteman, mencari informasi , belajar dan menjalankan bisnis.

Perkembangan Teknologi dan Informasi ditandai dengan hadirnya internet sebagai salah satu pilihan dalam beraktifitas bagi sebagian besar orang. Internet menjadi salah satu inovasi teknologi yang sangat menguntungkan dan memudahkan aktifitas bagi sebagian besar orang, sehingga banyak orang menjadikan internet sebagai pilihan baru sebagai tempat untuk menjalankan aktifitasnya.

Bentuk layanan yang dihadirkan internet sejatinya memberikan banyak manfaat dan kemudahan untuk melakukan berbagai aktifitas, seperti berkomunikasi antar negara, beriklan, bisnis, marketing dan sebagainya. Keistimewaan yang ditawarkan dari internet adalah orang orang dapat berinteraksi satu dengan yang lainnya tanpa mengenal batas jarak, wilayah maupun negara.

Maka tidak mengherankan jika internet telah menjadi pilihan sebagian besar orang–orang didunia dan juga di indonesia.

Saat ini internet telah tumbuh sangat pesat dengan semakin banyaknya layanan yang tersedia, seperti jejaring sosial, layanan pembelajaran online, website bisnis, pendidikan, hiburan, berita, pemerintah dan lain sebagainya. Hal ini telah menyebabkan pertumbuhan pengguna internet dari berbagai dunia sangat pesat, karena banyaknya pengguna yang mendapatkan kemudahan layanan-layanan dari internet.

Selain menyebabkan perubahan gaya hidup dan beraktifitas, Internet Juga telah mengubah Sistem Perekonomian Dunia saat ini. Penyebaran informasi yang cepat, pengguna yang banyak serta kemudahan yang ditawarkan menyebabkan banyak nya perusahaan–perusahaan yang memanfaatkan internet saat ini sebagai salah satu strategi dalam menjalankan bisnisnya.

Ketatnya persaingan antar perusahaan saat ini menyebabkan perusahaan harus mengikuti perkembangan teknologi dan meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen. Hal ini karena konsumen saat ini lebih cenderung memilih perusahaan yang memiliki kemudahaan layanan bagi para konsumen. Internet menjadi pilihan layanan yang banyak dipilih oleh para konsumen karena dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya, selain itu konsumen juga memperoleh kemudahan dalam mendapatkan informasi - informasi yang mereka butuhkan tentang suatu produk dan melakukan transaksi pembelian kapanpun dan dimanapun mereka berada. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang ingin

memajukan bisnis dan mempertahankan konsumen harus dapat memanfaatkan internet sebagai salah satu strategi bisnis.

Tabel 1.1 Fakta dan Fenomena Tentang Internet

No	Data
1	Jumlah pengguna internet aktif seluruh dunia sampai desember 2010 mencapai 1,966,514,816 jiwa dari total 6,845,609,960 penduduk dunia. (www.internetworldstats.com)
2	Pengguna internet di indonesia mencapai 30 juta jiwa, atau 12,3 % dari populasi di Indonesia di tahun 2010.(www.internetworldstats.com)
3	Promosi dengan menggunakan media online akan jauh lebih efektif dibandingkan dengan promosi menggunakan media offline.(jurnal tren bisnis)
4	Bisnis online/bisnis lewat internet menjadi trend bisnis 2011.Lewat jaringan online kita bisa memotong biaya iklan hingga 60%. (http://peluanginvestasimandiri.com)

Melihat perkembangan ini, Optik Krida sebagai salah satu Optik yang menyediakan berbagai jenis layanan dan produk optik yang telah berdiri cukup lama dan memiliki banyak konsumen tetap, merasa untuk dapat persaingan dalam bisnis sekarang ini tidak hanya mengandalkan kualitas produk tetapi juga kemudahan memperoleh informasi produk dan bertransaksi. Penambahan fasilitas demi kepuasan pelayanan terhadap konsumen merupakan suatu hal yang dapat menjadikan faktor yang sangat berpengaruh dalam persaingan bisnis.

Saat ini Optik Krida hanya mengandalkan promosi melalui pemberian brosur dan penjualan produknya hanya dilakukan melalui sistem penjualan langsung (*direct selling*), yang mana para konsumen yang ingin membeli produk harus pergi langsung ke Optik - Optik Krida yang tersedia. Omzet Penjualan produk dari Optik krida saat ini tergolong cukup tinggi karena Optik Krida sendiri telah memiliki banyak pelanggan tetap.

Omzet penjualan di Optik Krida Cabang Jl.Gatot Subroto saat ini tercatat mencapai Rp.320.000.000 / tahun dengan rata – rata omzet penjualan Rp.25.000.000-30.000.000 / bulannya. Dengan rata – rata pelanggan perbulan 50-80 orang. Yang umumnya pelanggan usia dewasa.

Walaupun promosi dan sistem penjualan yang ada sekarang sudah cukup baik tetapi masih belum optimal pada zaman sekarang ini, karena semakin bertambahnya pelanggan dari Optik Krida maka untuk mempertahankan pelanggan Optik Krida merasa perlu untuk meningkatkan pelayanan pada pelanggannya karena setiap orang menginginkan kemudahan dalam memperoleh informasi produk dan bertransaksi. Dan juga untuk lebih meningkatkan pelanggan yang berusia remaja

Optik Krida berkeinginan untuk mengembangkan sistem penjualan dan promosi yang ada saat ini menjadi lebih informatif, lebih menguntungkan,lebih efektif dan efesien. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi saat ini terutama internet, maka penulis berkeinginan untuk membantu mengembangkan sistem penjualan yang ada di Optik Krida yang ada sekarang menjadi sistem informasi penjualan yang berbasis *web*.

Target pasar dari sistem informasi yang diusulkan ini ialah pengguna internet yang membutuhkan bantuan optik terutama konsumen usia remaja. Karena sebagian besar pengguna internet berasal dari kalangan remaja. Jadi isi dan jenis barang yang akan dominan di website optik krida nantinya akan lebih banyak menawarkan berbagai jenis produk *fashion* dan bergaya remaja.

Sistem informasi penjualan berbasis *web* di Optik Krida yang penulis usulkan saat ini akan terlebih dahulu diimplementasikan di Optik Krida cabang Gatot Subroto. Apabila sistem yang diusulkan ini dapat berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan omzet penjualan maka sistem ini akan diusulkan untuk terintegrasi dengan cabang-cabang Optik Krida yang ada.

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah penulis paparkan diatas maka penulis bermaksud mengajukan judul:

"ANALISIS DAN PEMBANGUNAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS *WEB* PADA OPTIK KRIDA BANDUNG"

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang berhubungan dengan sistem informasi penjualan pada Optik Krida, yaitu :

1. Sistem penjualan yang ada pada Optik Krida saat ini masih terbatas hanya melayani pembelian langsung di Optik.
2. Adanya keterbatasan penyampaian informasi produk karena selama ini para konsumen hanya mengetahui produk dari brosur dan datang langsung ke optik.
3. Sistem Penjualan dan Pelayanan yang ada di Optik Krida Bandung saatini kurang dalam mendapatkan konsumen usia remaja
4. Optik Krida belum memiliki sistem penjualan produk secara *online.*
5. Website yang dimiliki Optik Krida Saat ini hanya Website Statis yang berisi informasi tentang pengenalan perusahaan dan lokasi perusahaan.

Berdasarkan Identifikasi Masalah diatas maka penulis merumuskan beberapa masalah yaitu :

1. Bagaimana Sistem Informasi Penjualan yang sedang berjalan di Optik Krida.
2. Bagaimana merancang Sistem Informasi Penjualan berbasis *web* pada Optik Krida.

3. Bagaimana Implementasi dari Sistem Informasi Penjualan berbasis *web* pada Optik Krida.
4. Bagaimana Evaluasi dari Sistem Informasi Penjualan berbasis *web* pada Optik Krida.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penulis melakukan penelitian di Optik Krida ini ialah memperoleh informasi yang berguna untuk membangun Sistem Informasi Penjualan secara *online,* sehingga dapat meningkatkan omset penjualan produk pada Optik Krida.

Sedangkan Tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui sistem informasi penjualan yang sedang berjalan pada Optik Krida.
2. Untuk membuat perancangan sistem informasi penjualan berbasis *web* pada Optik Krida.
3. Untuk mengetahui implementasi dari sistem informasi penjualan berbasis *web* pada Optik Krida.
4. Untuk mengetahui evaluasi dari sistem informasi penjualan berbasis *web* pada Optik Krida.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan dari penelitian ini menghasilkan beberapa kegunaan, antara lain :

1.4.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan Akademis dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk kajian perbandingan antara ilmu yang di dapat di bangku kuliah dan di lapangan.
2. Sebagai salah satu bahan referensi bagi penulis maupun pembaca untuk pengembangan sistem informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menambah wawasan dan ilmu bagi penulis dan pembaca.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan Praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini ialah :

1. Optik Krida dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan produk dengan sistem informasi penjualan yang baru ini.
2. Memudahkan para konsumen untuk mencari informasi produk dan layanan dari Optik Krida.
3. Memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan dan bertransaksi dengan Optik Krida.

1.5 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian ini, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu :

1. Sistem informasi penjualan yang akan dibangun ialah sistem informasi penjulan berbasis *web*, dimana website yang di buat hanya berisi tentang informasi produk – produk, layanan dari Optik Krida dan menu transaksi *online* seperti pemesanan barang, penjualan produk dan pemberitahuan promosi.
2. Syarat dan ketentuan bertransaksi *online* dibuat oleh Optik Krida dan akan dicantumkan di *website*. Dan apabila konsumen akan bertransaksi harus terlebih dahulu membaca dan menyetujuinya.
3. Sistem Pembayaran dalam Sistem informasi penjulan berbasis *web* pada Optik Krida adalah Sistem Transfer antar rekening bank untuk konsumen diluar kota bandung dan *Cash On Delivery* (COD) untuk didalam kota Bandung.
4. Pengiriman Barang akan dilakukan oleh kurir dari Optik Krida apabila pengiriman masih didalam kota bandung dan Pengiriman diluar kota bandung akan menggunakan jasa pengiriman pihak ketiga yaitu JNE.
5. Biaya pengiriman telah termasuk harga barang sehingga konsumen tidak perlu membayar lagi biaya pengiriman barang.
6. Sistem yang dibangun akan diimpelementasikan untuk Optik Krida Cabang Jl.Gatot Subroto No.88 Bandung.

1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian :Optik Krida Cabang Jl.Gatot Subroto No.88 Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

NO	KEGIATAN	Waktu													
		2011													
		Maret		April				Mei				Juni			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan Data														
	Observasi	■	■	■											
	Wawancara		■	■											
	Studi Pustaka			■	■	■	■								
2	Analisis sistem														
	Analisis Dokumen				■	■	■								
	Analisis kebutuhan sistem					■	■	■							
3	Perancangan sistem														
	Pembuatan prosedur							■	■						
	Pembuatan flowmap							■	■						
	Pembuatan DFD								■	■					
	Pembuatan kasus data								■	■					
4	Pengembangan Sistem														
	Identifikasi kebutuhan									■	■	■			
	Membuat *Prototype*									■	■	■			
	Menguji *Prototype*										■	■	■		
	Memperbaiki *Prototype*													■	■
	Mengembangkan versi produksi													■	■