BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Kemajuan pembangunan nasional menuntut setiap perusahaan untuk dapat bergerak dengan cepat dalam menjalankan usahanya. Kondisi perekonomian pada saat ini menghadapkan pada persaingan yang ketat, oleh karena itu agar perusahaan bisa bertahan harus mempunyai sesuatu yang bisa diandalkan.

Untuk memasuki abad baru, bangsa Indonesia harus benar-benar menyiapkan diri guna menghadapi tantangan global yang besar pada berbagai unsur, walaupun aspek politik paling dominan, tetapi aspek ekonomi dengan berbagai dimensinya merupakan hal yang perlu diperhatikan secara serius.

Industri textile merupakan usaha yang mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah saat ini, selain sifatnya yang padat karya, juga komoditi yang dihasilkan sangat banyak jenisnya mulai dari barang yang sangat sederhana sampai barang yang dipakai oleh kalangan masyarakat. Peranan dari usaha besar adalah dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak, dan yang paling penting adalah perubahan teknologi yang terjadi memungkinkan bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan besar dapat diterima di kalangan masyarakat (konsumen).

Memasuki era perdagangan bebas, kompetisi akan semakin berat dengan masuknya para pesaing dari luar negeri sehingga posisi industri textil perlu diperkuat agar tidak hanya sekedar mampu bertahan tetapi dapat tumbuh dan menghasilkan keuntungan.

Berikut ini adalah tabel jumlah produksi dari bulan Juni 2009 sampai bulan Desember 2009 :

Table 1.1 Tingkat Penjualan Rata-rata Kain

Bulan / Tahun	Rata-rata penjualan	Penjualan	Target Penjualan
juli – Desember 2009	1.000.000 meter/bln	5.850.000 meter	5.750.000 meter
januari – juni 2010			6.150.000 meter

PT. KTSM adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri textil yang memproduksi kain polyster /cotton blended berbagai corak dan warna yang dapat digunakan untuk pembuatan bahan dasar pembuatan baju kantor ataupun kegiatan sehari-hari, karena pihak perusahaan mendesain produknya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Sedangkan produk yang ditawarkan PT. KTSM mempunyai kualitas yang relatif bagus sehingga perusahaan berani bersaing dengan perusahaan lain yang mempunyai produk sejenis. Jenis produk yang ditawarkan PT. KTSM adalah T. 4000, T. 4076 dan Dobby.

Distribusi produk kain dengan merk “ EAGLE CROWN “ dipasarkan di daerah Bandung, Jabodetabek dan Jawa. Hal ini dilakukan perusahaan karena hanya daerah tersebut memilki pangsa pasar yang tepat.

Metoda penjualan produk di PT.KTSM sampai saat ini dilakukan secara langsung melalui mulut ke mulut melalui agen-agen distributor, Adapun melalui media cetak dan pameran-pameran. Pemasaran yang dilakukan oleh PT. KTSM adalah dengan mengirimkan produk ke tempat agen/distributor.

Untuk memasarkan produk, bagian penjualan harus mampu meningkatkan strategi bisnis termasuk dalam hal pelayanan, sehingga konsumen akan merasa nyaman dan puas, akan tetapi di bagian penjualan sering mengalami kendala seperti masalah pada saat pencarian dan pencatatan data barang yang memakan banyak waktu, diakibatkan pengolahan data belum terkomputerisasi, serta dalam penyimpanan data penjualan sering terjadi kerusakan atau kehilangan data karena belum adanya media penyimpanan yang baik.

Kegiatan pemasaran dalam segi promosi yang dilakukan di PT.KTSM adalah melalui pameran serta media cetak seperti pengiklanan di koran, namun cara tersebut mempunyai kendala seperti kurang tanggapnya konsumen karena tidak semua konsumen membaca koran dan produk yang di tawarkan kurang mendetail di karenakan terbatasnya media penyampaian yang digunakan lewat media koran serta terbatasnya jangkauan pasar karena hanya konsumen tertentu yang sering membaca koran. Pengaruh promosi yang dilakukan saat ini terhadap tingkat penjualan cenderung kurang memuaskan karena promosi yang dilakukan saat ini, tidak

mengalami perubahan atau meningkatkan grafik tingkat penjualan. Selain itu proses promosi melalui media koran mempunyai batas waktu tertentu serta membutuhkan biaya yang sangat tinggi, namun hasil yang di dapat kurang memuaskan dan konsumen yang datang masih dalam ruang lingkup yang sama sehingga belum dapat mengalami peningkatan konsumen serta peningkatan penjualan dan relasi dengan konsumen belum berjalan dengan baik, karena pemberian informasi bagi konsumen tidak cepat sebab sistem informasinya hanya melalui telepon ke masing- masing konsumen dan mengakibatkan penggunaan waktu yang tidak efektif dan hal ini menambah banyak biaya yaitu biaya telepon.

Oleh karena itu untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen supaya lebih baik dan efektif, maka di butuhkan sebuah sistem informasi penjualan, agar mampu mengatasi kendala yang sering di hadapi oleh PT. Kukuh Tangguh Sandang Mills (KTSM).

Berdasarkan permasalahan di atas, maka diperlukan sistem informasi untuk mengatasi permasalahan yang ada pada bagian penjualan di PT. Kukuh Tangguh Sandang Mills (KTSM) Bandung. Dengan itu maka penulis mengajukan untuk membuat tugas akhir dengan judul **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB DI PT. KUKUH TANGGUH SANDANG MILLS (KTSM).**

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN 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 PT.KTSM di Bandung 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.

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 PT. Kukuh Tangguh Sandang Mills (KTSM) 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. Membuat media pemasaran melalui media internet, yang dapat di akses secara luas.
2. Membangun sistem informasi penjualan yang memudahkan dalam pencarian dan pencatatan data barang.
3. Membuat sistem informasi pemasaran produk yang dapat diakses secara detail sehingga akan mudah di mengerti oleh konsumen.

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 melatih kemampuan dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh di bangku perkuliahaan di jurusan manajemen informatika.

c. Kegunaan bagi penulis, sistem informasi ini dapat berguna bagi penulis itu sendiri dan 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 system 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 PT. KTSM
2. Penelitian hanya membahas mengenai penjualan.
3. Tidak membahas mengenai pajak (PPN).
4. Tidak membuat laporan keuangan.
5. Tidak melayani pembayaran secara sistem online (PayPal, e-Gold, Internet Banking, dll).
6. Data barang yang akan dijual adalah data barang yang terdapat pada bagian penjualan, sehingga bagian penjualan selalu memiliki stok barang untuk dijual.

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 PT. Kukuh Tangguh Sandang Mills (KTSM) Bandung jalan Bojong Manggu Pameungpeuk Kab Bandung 40376.

1.6.2. Jadwal Penelitian

Tabel 1.2

Estimasi Jadwal Penelitian

No	Nama kegiatan	Bulan															
		September 2010				Oktober 2010				November 2010				Desember 2010			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengidentifikasi																
	kebutuhan a. observasi	■	■														
2	b. wawancara		■	■	■	■											
3	Studi Pustaka				■	■											
4	System Engineering						■	■									
5	System Analysis							■	■	■	■						
6	Design									■	■	■					
7	Coding										■	■					
8	Testing												■	■	■		
9	Maintenance														■	■	