Word to PDF Converter 6.0 (Unregistered) |

http://www.word-to-pdf-converter.netBAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami kemajuan yang begitu pesat seiring dengan berkembangnya ilmu dan teknologi, Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan berkembangannya teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan transaksi jual-beli.

Perkembangan internet sangatlah cepat dan memberi pengaruh signifikan bagi kehidupan kita. Perkembangan teknologi tersebut dapat kita lihat dengan semakin banyaknya user-user yang menggunakan fasilitas internet. Internet membantu kita untuk dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan bisnis perdagangan dengan orang dari segala penjuru nusantara bahkan dunia dengan murah, cepat dan mudah. Beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu

produk. Suatu produk yang di*online*kan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi perusahaan karena produknya di kenal di seluruh dunia Seiring dengan berkembangnya internet sekarang ini, *E-Commerce* dirasa semakin berkembang dari tahun ke tahun dan banyak di minati karena dengan *E-Commerce* banyak keuntungan yang di dapatkan, kemudahan dalam berbisnis, tidak memerlukan banyak biaya dan waktu bahkan dengan seorang ibu rumah tangga saja dapat berbisnis hanya dengan seperangkat komputer sederhana dan terkoneksi internet di rumah tanpa harus mengabaikan tugas sebagai ibu rumah tangga.

Galleri Parfum merupakan salah satu perusahaan retail parfum yang menjual bermacam-macam jenis produk berupa parfum original. Parfum original berbeda dengan parfum kwalitas atau kw karena parfum original berarti parfum asli bukannya parfum hasil campuran antara berbagai parfum lain atau campuran parfum asli dengan air. Berdirinya perusahaan atau toko ini berawal dari si pemilik perusahaan yang sangat menyukai aroma jenis-jenis parfum dan sering sekali mengganti-ganti jenis parfum yang di pakainya, dan akhirnya si pemilik perusahaan memberanikan diri untuk membuka bisnis ini,

Proses pemasaran atau promosi parfum ini awalnya hanya dengan cara si pemilik bisnis ini menawarkan langsung produk-produk parfum ini ke teman dekatnya, teman kantor, dan saudaranya sendiri. Banyak respon yang baik dari si pembeli karena melihat dari kuantitas dan kualitas barangnya begitu banyak dari

berbagai macam merk dan jenis parfum yang semuanya mempunyai kualitas yang baik dari semua produknya.

Galleri Parfum dalam menjalankan aktivitas kegiatan penjualan produknya, masih memiliki beberapa kendala di antaranya sulitnya konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk Parfum yang dijual, dan pengolahan arsip data penjualannya masih menggunakan *Microsoft excel* yang si penulis melihat masih belum maksimal, sehingga memerlukan waktu lebih lama apabila ingin melihat data-data penjualan.

Galleri Parfum juga saat ini belum memiliki sistem penjualan berbasis *website* untuk media promosi terhadap produk-produk yang mereka miliki, terutama dalam masalah proses penjualan secara *online*, dan sistem penjualan yang dipakai di Galleri Parfum sekarang ini masih memakai sistem konvensional, yaitu pembeli yang harus datang langsung ke Galleri Parfum.

Dilihat dari kegiatan yang ada pada perusahaan ini belumlah menerapkan dan memanfaatkan teknologi informasi dengan optimal, dari manajemen stok barang, pemasaran sampai dengan transaksi penjualan, walaupun ada sedikit kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media internet seperti pada sosial *network* atau forum jual beli internet akan tetapi dilihat dari proses transaksi kurang optimal diliat dari proses penjualan yang masih mengandalkan *order by phone*. Selain itu mengenai laporan transaksi penjualan dan stok barang pun belum tertata dengan

rapih dikarenakan masih tertulis manual dan terpisah-pisah. Oleh karena itu bagi perusahaan sangat perlu menggunakan media internet dan komputer sebagai alat bantu dalam mengolah data agar laporan yang dihasilkan cepat, akurat dan tepat.

Diharapkan dengan dibangunnya sistem informasi penjualan *E-Commerce* ini dapat meningkatkan sistem penjualan secara maksimal guna meningkatkan keuntungan yang lebih kepada perusahaan atau toko dan menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang sering terjadi di galleri parfum serta sebagai salah satu alternatif dalam proses bisnis. Sistem informasi yang akan di bangun yaitu berupa aplikasi *E-Commerce*.

Komponen-komponen yang terlibat pada aplikasi *E-Commerce* yang akan di bangun yaitu : *customer service* atau layanan pelanggan, produk-produk yang tersedia, cara pembayaran, katalog mengenai jenis-jenis parfum, promosi berserta komponen-komponen pendukung lainnya dan transaksi penjualan barang dan informasi yang menyangkut perusahaan serta media yang digunakan yaitu dengan media internet.

Berdasarkan latar belakang dan masalah-masalah yang sering terjadi di perusahaan yang telah di kemukakan oleh penulis sebelumnya, inilah yang menjadi suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan untuk terciptanya ide untuk membuat sebuah sistem informasi yang baru sebagai alat pengembangan bisnis penjualan yaitu berupa layanan *E-Commerce* di Galleri Parfum. Maka dari itu

penulis mengangkat tugas akhir dengan judul : **“ PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB E-COMMERCE PADA GALLERI PARFUM CIANJUR”.**

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.

Identifikasi masalah adalah salah satu proses penelitian yang bisa dikatakan paling penting diantara proses penelitian lainnya, sebab dari identifikasi masalah-masalah yang ada maka penulis dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dari objek penelitian ini. Sedangkan rumusan masalah adalah ungkapan yang dapat menegaskan apa yang menjadi permasalahan dari penelitian yang dilakukan.

1.2.1. Identifikasi Masalah.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan-permasalahan yang telah di kemukakan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah- masalah yang sering muncul di Sistem Informasi penjualan yang sedang berjalan ini berkaitan dengan Sistem Informasi penjualam *E-Commerce* yang akan di kembangkan pada Galleri Parfum, diantaranya :

1. Galleri Parfum belum memiliki sistem penjualan produk secara *online*. Dengan kata lain sistem penjualan yang ada saat ini masih sebatas melayani penjualan langsung di Galleri Parfum.

2. Kurang begitu variatifnya media promosi sehingga menyulitkan konsumen yang ingin memperoleh informasi yang tepat mengenai spesifikasi dan jenis-jenis produk yang ditawarkan di Galleri Parfum.

3. Pengolaham data penjualan masih belum tertata dengan baik, sehingga dikhawatirkan data-data penjualan akan hilang serta menyulitkan dalam percarian data-data penjualan.

3.2.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis merumuskan beberapa beberapa masalah, yaitu :

1. Bagaimana sistem informasi penjualan Parfum yang sedang berjalan di Galleri Parfum Cianjur.

2. Bagaimana merancang Sistem Informasi Penjualan Berbasis *Website E-Commerce* yang diusulkan di Galleri Parfum Cianjur

3. Bagaimana pengujian sistem dari *Website* Informasi Penjualan Berbasis *Website E-Commerce* yang diusulkan di Galleri Parfum Cianjur

4. Bagaimana implementasi dari Informasi Penjualan Berbasis *Website E-Commerce* yang diusulkan di Galleri Parfum Cianjur.

4.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.

Maksud dan tujuan penelitian dalam sebuah penelitian adalah untuk menentukan arah dari penelitian yang dilakukan agar proses penelitian menjadi lebih mudah dan terfokus.

4.3.1. Maksud Penelitian.

Maksud penulis melaksanakan penelitian ini yaitu untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan dalam perancangan sistem informasi penjualan berbasis *Website E-Commerce* di Galleri Parfum Cianjur, agar memudahkan para konsumen yang hendak membeli produk-produk dan yang ingin mengetahui informasi tentang produk-produk yang di tawarkan oleh Galleri Parfum tanpa perlu datang langsung ke Galleri Parfum. Hal ini diharapkan dapat mempercepat kinerja pelayanan pada Galleri Parfum sehingga para konsumen akan merasa terlayani dengan baik.

4.3.2. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan penulis melaksanakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem informasi penjualan yang sedang berjalan di Galleri Parfum Cianjur.

2. Menyediakan media promosi dan pemasaran secara online berupa layanan *E-Commerce* agar lebih optimal dan terorganisasi dengan baik lagi atas produk yang di tawarkan oleh Galleri Parfum.

3. Untuk memudahkan konsumen dalam melakukan proses pemesanan atau pembelian Parfum sehingga konsumen dapat bertransaksi dimanapun konsumen berada tidak terbatas oleh tempat dan waktu.

4. Untuk mengimplementasikan *Website E-Commerce* di Galleri Parfum Cianjur.

4.4. Kegunaan Penelitian.

Kegunaan penelitian ini untuk hal-hal yang penting dari hasil dilakukannya sebuah penelitian. Penelitian yang dilakukan diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait

4.4.1. Kegunaan Akademis.

Kegunaan akademis dari penelitian ini adalah :

1. Untuk dijadikan sebagai kajian perbandingan antara ilmu yang didapat di bangku kuliah dan dilapangan.

2. Sebagai salah satu bahan referensi bagi para penulis maupun pembaca untuk lebih mengembangkan ilmu pengetahuan.

3. Untuk menambah wawasan bagi penulis dan pembaca.

3.4.2. Kegunaan Praktis.

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah :

1. Galleri Parfum Cianjur dapat meningkatkan keuntungan dari penjualan dengan adanya sistem informasi penjualan berbasis *Web E-Commerce* ini serta dapat memperluas jangkauan pasar hingga diluar kota Cianjur.

2. Memberikan kemudahan kepada pembeli yang ingin mendapatkan informasi serta melakukan transaksi pembelian.

2.5. Batasan Masalah.

Sangat pentingnya batasan masalah dan menjadi hasil akhir dari penelitian ini dan untuk menghindari permasalahan-permasalahan tidak meluas dan pembahasan penelitian ini menjadi lebih terarah, maka permasalahan akan dibatasi pada :

1. *Website E-Commerce* ini dibuat hanya untuk Galleri Parfum.

2. Ketentuan bertransaksi dibuat oleh Galleri Parfum dan akan dicantumkan di *Website E-Commerce* ini dan apabila pembeli ingin melakukan transaksi harus terlebih dahulu membaca prosedurnya agar tidak terjadi kesalahan dalam bertransaksi.

3. *Website E-Commerce* ini hanya menyediakan fasilitas transaksi pembayaran dengan cara transfer melalui bank.

4. *Website E-Commerce* ini hanya membahas transaksi penjualan tidak termasuk pembelian.

5. Galleri Parfum ini memakai jasa pengiriman JNE untuk pengiriman produk.

6. Untuk biaya pengiriman belum termasuk harga barang dan akan di hitung 1kg setiap pengiriman 1 produk karena di tambah berat paket kayu sehingga konsumen harus membayar biaya tambahan lagi untuk biaya pengiriman produk.

7. *Website* akan di implementasikan di Galleri Parfum di jln. Raya Bandung No.58 Cianjur.

7.6. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.

Berikut merupakan lokasi penelitian dan rencana waktu penelitian yang akan dilakukan :

7.6.1. Lokasi Penelitian.

Di bawah ini merupakan lokasi penelitian :

Nama Perusahaan / Toko : Galleri Parfum

Alamat Perusahaan : Jalan Raya Bandung No. 58 Cianjur

Hp : 085691197108

Email : tysna.deni@gmail.com

7.6.2. Waktu Penelitian

Tabel 1.1. Jadwal Kegiatan Penelitiaan

Nama Kegiatan	Tahun 2012																	
	Februari		Maret				April				Mei				Juni			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Initiation																		
a. Observasi																		
b. Wawancara																		
2. Analisis																		
a. Analisis Sistem																		
b. Analisis Dokumen																		
c. Analisis kebutuhan User																		
3. Design																		
a. Pembuatan Prosedur																		
b. Pembuatan Flowmap																		
c. Pembuatan DFD																		
d. Pembuatan Kamus																		

Data																		
4. Pengembangan Sistem																		
a. Menyesuaikan Prototype dengan keinginan user																		
b. Pembuatan Prototype																		
c. Pengujian Prototype																		
d. Implementasi Sistem																		
e. Testing Sistem Baru																		