BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Penjualan adalah suatu bentuk usaha terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba/keuntungan. Penjualan ibaratkan jantung sebuah perusahaan, karena dari hasil penjualan dapat diperoleh laba dan suatu usaha/cara menarik konsumen untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan pangsa pasar saat ini. Menurut Kartajaya (2006) "Penjualan adalah bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan."

Dalam kegiatan penjualan yang sangat kompleks dan saling berkaitan satu dengan yang lainnya, hendaknya pemasaran produk dan promosi dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu laba. Promosi bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Promosi juga berguna untuk menjangkau pembeli untuk melakukan proses jual-beli. Pada umumnya perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualan akan melakukan kegiatan promosi melalui iklan, publisitas, *personal selling*.

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara

langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Dalam suatu perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan menurut Basu Swastha dalam bukunya "Manajemen Penjualan", yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mendapat laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tujuan umum perusahaan dalam kegiatan penjualan adalah untuk mencapai volume penjualan, mendapat laba yang maksimal dengan modal sekecil-kecilnya, dan menunjang pertumbuhan suatu perusahaan.

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha dalam buku "Manajemen Penjualan" antara lain sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada jaman perkembangan teknologi yang semakin pesat ini membuat persaingan bisinis dalam bidang apapun menjadi lebih kompleks. Banyak metode bisnis yang dilakukan sebuah perusahaan untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Mulai dari memberikan bonus, memasang promosi, membagikan brosur, dan pemesanan produk melalui media elektronik seperti internet.

Internet adalah sebuah jaringan computer yang terdiri dari berbagai macam jaringan computer diseluruh dunia mulai dari sebuah PC, jaringan-jaringan local yang berskala kecil, jaringan-jaringan kelas menengah, hingga jaringan-jaringan utama yang menjadi tulang punggung internet seperti NSFnet, NEARnet, SURAnet, dan lain-lain. Jaringan-jaringan ini salin berhubungan atau berkomunikasi satu sama lain dengan berbasiskan protocol IP pada *network layernya* dan TCP atau UDP pada transport layernya, sehingga setiap pemakai dari setiap jaringan dapat mengakses semua *service* atau layanan yang disediakan oleh jaringan lain.

Internet *commerce* adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembeliaan barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual.

Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet, harga lebih murah mengingat membuat situs di

internet lebih murah biayanya dibanding dengan membuat outlet retail diberbagai tempat.

Internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah, serta pembeliaan melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai di tempat pemesan. Pada era globalisasi ini, banyak perusahaan yang menggunakan system penjualan secara *online* ini untuk mempermudah dalam melakukan pemesanan barang yang ditawarkan. Selain itu, pembeli juga dapat melihat langsung gambar dan rincian barang tanpa harus datang ke tempat penjual.

Queensha Boutique's ini merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan baju rajut. Dengan semakin banyaknya produk-produk yang ditawarkan dan semakin banyak konsumen yang ingin mendapatkan produk ini, maka Queensha Boutique's harus bisa merespon hal-hal tersebut guna mencapai efektifitas dan efisien. Cara-cara yang dipakai saat ini masih terhitung belum efektif . Seperti pemasarannya yang belum bisa menjangkau pasar/pelanggan baru dalam lingkup yang lebih luas. Banyak konsumen/pelanggan diluar jangkauan, yang tidak bisa mendapatkan produk-produk yang ditawarkan karena barang-barang tersebut tidak didapatkan dilingkungan mereka.

Sistem penjualan yang dipakai Queensha Boutique's pada saat ini yaitu, sistem jual-beli dilakukan dengan tatap muka atau pembeli yang harus datang langsung ke penjual, sehingga konsumen yang berada jauh dari penjual sulit untuk mendapatkan produk ini. Selain itu dalam pelaksanaan penjualannya juga masih menggunakan proses manual dimana masih menggunakan penulisan tangan untuk

merekap pesanan pelanggan, proses promosi masih dari mulut ke mulut. Dengan masih menggunakan sistem manual tersebut, kinerja penjual tidak optimal dan tidak banyak orang-orang yang mengetahui dan mengenal produk-produk yang dipasarkan oleh Queensha Boutique's.

Dengan adanya teknologi Internet *Commerce* ini diharapkan dapat membantu memecahkan masalah yang ada di Queensha Boutique's. Dengan menjual produk melalui *website* penjualan online, produk Queensha Boutique's akan lebih dikenal masyarakat secara luas.

Adanya fasilitas *website* ini merupakan suatu pemecahan masalah bagi para konsumen, khususnya konsumen yang mempunyai kesibukan/berada jauh dari produsen. Konsumen bisa melakukan semua transaksi hanya dengan membuka *website* dengan *computer* atau *gadget* yang tersambung dengan jaringan internet. Pemesanan barang dapat dilakukan langsung di *website* dengan memilih produk yang diinginkan. Untuk pengiriman barang yang dipesan menggunakan jasa pengiriman, sedangkan untuk system pembayarannya sendiri menggunakan system transfer bank. Dengan ini konsumen dapat membeli baju yang ada di Queensha Boutique's tanpa harus datang langsung ke toko.

Oleh karena itu, berdasarkan pemikiran dan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk menetapkan Tugas Akhir ini dengan judul : "**Perancangan *Website* Penjualan *Online* Pada Queensha Boutique's** ".

1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah

Pada tugas akhir ini penulis akan membuat penjualan *online* berbasis *web* dimana rancangan sistem tersebut akan memberikan kemudahan-kemudahan kepada *customer* dibandingkan dengan sistem yang ada saat ini.

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Belum adanya sistem informasi mengenai Queensha Boutique's secara *online* dan belum adanya pengunaan internet yang dapat digunakan sebagai media untuk melakukan pemasaran dan promosi.
2. Sistem yang digunakan masih bersifat manual. *Customer* harus datang langsung untuk membeli produk-produk yang dijual, sehingga menyulitkan konsumen yang tidak memiliki waktu banyak untuk berbelanja secara langsung serta pangsa pasar yang didapatkan tidak terlalu luas hanya sekitar daerah bandung saja.
3. System transaksi penjualan masih menggunakan system pencatatan manual, sehingga dikhawatirkan ada data yang tidak valid.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan *website* penjualan *online* yang dapat menyimpan data penjualan di *database* dan dapat mencetak laporan penjualaan pada Quennsha Boutique's.
2. Bagaimana pengujian *website* penjualan *online* sebagai alat bantu pemasaran dan penjualan pada Quennsha Boutique's.

3. Bagaimana implementasi *website* penjualan *online* yang telah dibangun pada Queensha Boutique's.

1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dan Tujuan Penelitian diantaranya sebagai berikut :

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud penulis membuat karya tulis ini yaitu dengan bekal pengetahuan sistem informasi yang didapat dari perkuliahan mampu diterapkan. Adapun tujuan penulis adalah dengan rancangan *website* penjualan online ini diharapkan dapat membantu proses pemasaran,promosi dan penjualaan pada Queensha Boutique menjadi mudah dan menyenangkan serta dapat dilakukan dimana saja.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk membangun perancangan *website* penjualan *online* yang diusulkan pada Quennsha Boutique's.
2. Untuk mengetahui pengujian *website* penjualan *online* sebagai alat bantu pemasaran dan penjualan pada Quennsha Boutique's..
3. Untuk mengetahui implementasi *website* penjualan *online* pada Queensha Boutique's.

1.4. Kegunaan Penelitian

Suatu *website* memerlukan banyak pertimbangan-pertimbangan untuk mendapatkan hasil yang optimal maka penggunaan metode yang umum dapat memudahkan analisa yang di perlukan sebagai berikut :

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Memperkenalkan produk yang dijual di Queensha Boutique's.
2. Dapat menambah konsumen atau pelanggan secara luas.
3. Memperluas info-info mengenai produk yang dipasarkan, sehingga konsumen merasa tertarik.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi penggunanya, sebagai sarana untuk memasarkan dan mempromosikan produk-produknya secara lebih luas dan membantu meningkatkan penjualan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.
2. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada peneliti atau para akademis yang akan mengambil skripsi dalam kajian sekaligus sebagai referensi di dalam penulisan.

3. Bagi Penulis untuk memudahkan penulis dalam melakukan penelitian dan memperkaya wawasan pengetahuan baik teori maupun praktek, belajar mengatasi dan melatih daya fikir dalam mengambil kesimpulan permasalahan yang ada pada metode pembelajaran saat ini.

1.5. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak keluar dan menyimpang maka diperlukan adanya suatu batasan masalah.

Penyusun membatasi masalah mengenai *Website* Queensha Boutique's, sebagai berikut:

1. *Website* ini hanya menyajikan informasi mengenai produk-produk yang dijual di Queensha Boutique's seperti bahan dan ukuran baju. Hal-hal mengenai pengadaan stok barang tidak dibahas dalam *website* ini.
2. Sistem pembayaran yang dipakai dalam *Website* Queensha Boutique's ini menggunakan sistem transfer bank. *Website* hanya melayani pembayaran secara *offline* dengan cara customer mentransfer uang dari bank yang dimiliki konsumen ke rekening Bank yang telah di cantumkan di *Website* yang dimiliki Queensha Boutique's dan tidak melayani pembayaran secara *online* atau melalui kartu kredit atau *Pay Pall*.
3. Ongkos kirim dihitung berdasarkan kota tujuan menggunakan tarif jne regular.

1.6. Lokasi Dan waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di Queensha Boutique’s yang bertempat di Jalan Warung Jambu No.14 Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 4 bulan dan dimulai pada bulan September 2012 sampai Desember 2012.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam kegiatan penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1. Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	Tahun 2012															
		September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Kebutuhan																
2.	Pembuatan *Prototype*																
3.	Evaluasi *Prototype*																
4.	Pengembangan Perangkat Lunak akhir																
5.	Pengujian Sistem																