BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang Penelitian

Kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat mengakibatkan peningkatan pemikiran manusia yang sangat canggih dan modern. Berbagai jenis teknologi mutakhir pun dapat dipasarkan dengan begitu cepat kepada masyarakat.Bahkan masyarakat awam pun sudah dapat mengikuti perkembangan teknologi saat ini.Pada Perusahaan CV.Ahaa Motor Bandung yang beralamatkan di Jl.Banteng No.17 B, sistem informasi merupakan salah satu penunjang kinerja pada proses bisnis yang sedang berjalan.

CV.Ahaa Motor merupakan sebuah perusahaan jual-beli kendaraan roda empat yang sudah mulai berkembang dan dikenal,namun satu kekurangan yang belum dimiliki dari *showroom* ini yaitu memiliki sebuah *website* untuk perusahaan.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran serta penjualan Kendaraan roda empat tentunya setiap perusahaan pastinya ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya serta meningkatnya hasil penjualan per setiap bulannya,akan tetapi dari hasil penelitian penulis melihat bahwa manajemen perusahaan masih terbilang sangat biasa seperti halnya *showroom-showroom* lainnya,sebagai contoh periklanan mobil masih sangat bergantung pada pemuatan iklan di Media Cetak, dan pelanggan yang datang hanya sekedar tau keberadaan CV.Ahaa Motor ini. Memang membeli sebuah mobil tidak sama seperti halnya

membeli sebuah baju,celana,sepatu dan lain-lain.akan tetapi bukan hal yang tidak mungkin setiap satu orang pelanggan yang datang ke CV.Ahaa Motor ini pasti membeli satu buah mobil.

Maka dari itu peranan Sistem Informasi disini sangatlah dibutuhkan terutama dalam pembangunan konsep manajemen pemasaran serta penjualannya. Pada Kasus Penelitian ini Penulis mengusulkan teori konsep pemasaran dengan konsep *E-Commerce*.Mengapa penulis mengusulkan perancangan sistem konsep pemasaran *E-Commerce,*berikut apa saja keuntungan dari diterapkannya sistem *E-Commerce* bagi perusahaan:

1. *E-Commerce* berfungsi sebagai penyeimbang dunia bisnis melalui. Dengan diterapkannya *E-Commerce* maka semua ukuran perusahaan,mulai dari perusahaan kecil, menengah dan besar dapat menjangkau pasar *global*, sekalipun demikian perusahaan tetap tidak boleh mengabaikan konsep *E-bussinessnya*, dimulai dari perencanaan bisnis yang benar diperlukan dalam menjalankan bisnis *internet.*
2. *E-Commerce* memungkinkan adanya kostumisasi masa. Perancangan aplikasi *E-Commerce* saat ini meliputi sistem pemesanan yang mudah digunakan sehingga pelanggan memungkinkan untuk memilih dan memesan produk tertentu dengan spesifikasi yang di harapkan.
3. *E-Commerce* memungkinkan produksi jaringan, hal ini mengacu pada pengemasan proses produksi kepada kontraktor yang secara geografis terpisah-pisah tetapi dihubungkan satu dengan yang lainnya melalui jaringan-jaringan komputer. Keuntungan produksi jaringan ini

diantaranya pengurangan biaya pemasaran,pemasaran yang lebih strategis, fasilitas produk-produk dan jasa tambahan serta sistem baru saat diperlukan oleh pelanggan.

Masalah-masalah yang dihadapi CV.Ahaa motor pada saat ini menurut dari hasil penelitian yakni :

1. *Showroom* mempromosikan produk melalui surat kabar sehingga target pasar tidak luas.Misalnya, pihak *showroom* memasang iklan hanya pada surat kabar khusus untuk Jabodetabek maka target pasar yang terjangkau hanya sebatas daerah Jabodetabek.
2. *Customer* tidak dapat memberikan keluhan dan komentar kepada pihak *showroom* terhadap produk yang mereka beli dikarenakan fasilitas untuk berkomunikasi antar pihak belum tersedia.
3. Tampilan produk yang kurang menarik, tidak efektif dan efisien pada media cetak (koran). Tampilan pada surat kabar hanya berupa sedikit informasi (kurang *detail*) dan satu buah gambar depan mobil (hanya jika diperlukan).

Tentunya dalam setiap masalah pasti ada pemecahan masalahnya atau solusi jalan keluar agar sistem yang berjalan menjadi lebih baik kedepaannya ntuk manajemen CV.Ahaa motor ini.Berikut usulan sistem yang diajukan :

1. Tentunya dengan dibangunnya *website* pemasaran ini perusahaan dapat menghemat biaya untuk pemasaran produk.
2. *E-Commerce* memberikan peranan yang lebih besar kepada pelanggan ,khususnya dalam memberikan pilihan yang lebih luas.

3. Dengan diciptkannnya *website* ini, pelanggan dapat menyampaikan keluhan-keluhan ,atau pertanyaan seputar perusahaan serta saran kritik yang membangun agar perusahaan menjadi lebih baik lagi dalam melayani pelanggan kedepaannya.
4. *Website* bisa dikatakan cabang perusahaan yang bersifat *global.*
5. Dengan adanya *website* tampilan produk dapat dibuat semenarik mungkin dibandingkan pengiklanan melalui media cetak atau koran.

Perancangan *website* yang dibangun bertujuan untuk membantu proses bisnis perusahaan yang mudah dioperasikan atau *ease to use* untuk karywan, manager dan *owner* (pemilik). Dengan demikian perusahaan tidak perlu lagi repot-repot mengiklankan produk-produknya di media cetak,karena perusahaan sudah memiliki media periklanan sendiri terlebih dengan dibentuknya *website* diharapkan tingkat penjualan dari perusahaan lebih meningkat di bandingkan dengan media pemasaran sebelumnya,karena apabila sistem pemasarannya baik maka tingkat penjualannya serta pendapatan pun pasti membaik.

Sehubungan dengan hal tersebut,maka menjadi alasan bagi penulis untuk membuat hasil penelitian dengan judul **"PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMESANAN MOBIL DI *SHOWROOM* CV.ARDI HONDA MOTOR (AHAA) BERBASIS *WEB*".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Fungsi dibentuknya identifikasi dan rumusan masalah untuk penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan masalah apa yang terjadi terhadap penerapan sistem sebelumnya.Pada penelitian ini penulis memfokuskan mengidentifikasi serta merumuskan masalah terhadap pemasarannya saja,karena pemasaran sangat berpengaruh tehadap tingkat pendapatan serta penjualan dari perusahaan itu sendiri.Penulis mencoba mengusulkan perancangan sistem pemasaran yang baru yaitu dengan memasarkan produk melalui *website.*

1.2.1 Identifikasi Masalah

Pada dasarnya masalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang penjualan adalah masalah pendapatan dari hasil penjualannya.Apabila hasil penjualan tidak memenuhi dari target yang di harapkan dan terus berlangsung demikian maka tidak akan lama lagi perusahaan tersebut akan mengalami kebangkrutan,dan hal ini yang saya lihat di CV.Ahaa Motor.Jika dirata-ratakan hasil penjualan unit mobil perbulannya bisa dikatakan hanya 2 dan paling banyak 3 buah unit mobil.Maka Dari itu konsep untuk membangun manajemen serta sistem informasinya sangatlah dibutuhkan. Mencoba sesuatu yang baru yang membedakan dari *showroom-showroom* lainnya dengan tujuan meningkatkan hasil dari penjualan.Maka dari itu strategi pemasaran perusahaan perlu sedikit dibenahi dengan mencoba hal baru yang inovatif efektif serta efisien baik dari segi penggunaan,penerapan,dan manfaatnya bagi perusahaan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi sorotan utama dalam kegiatan penjualan di Ahaa Motor Bandung,yaitu:

1. *Showroom* mempromosikan produk melalui surat kabar sehingga target pasar tidak luas. Misalnya,pihak *showroom* memasang iklan hanya pada surat kabar khusus untuk Jabodetabek,maka targetpasar yang terjangkau hanya sebatas daerah Jabodetabek.
2. *Customer* tidak dapat memberikan keluhan dan komentar kepada pihak *showroom* terhadap produk yang mereka beli dikarenakan fasilitas untuk berkomunikasi antar pihak belum tersedia.
3. Tampilan produk yang kurang menarik pada media cetak (koran). Tampilan pada media cetak hanya berupa sedikit informasi (tidak jelas dan tidak *detail*) dan satu buah gambar depan mobil (hanya jika diperlukan).

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa masalah yang terjadi pada perusahaan teletak pada pemasarannya akibatnya tingkat penjualan dan pendapatan perusahaan masih dikatakan belum mencapai target yang maksimal.

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperbaharui sistem yang berjalan. Mulai dari *planning*,mempelajari sistem yang berjalan,sampai dengan membuat sistem informasi yang baru.Sistem ini ditujukan untuk mempermudah melakukan proses bisnis yaitu pemesanan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem informasi yang berjalan.
2. Mengenali proses yang terjadi didalam sistem penjualan.
3. Mengenali proses yang terjadi didalam sistem pemasaran
4. Perusahaan memiliki media periklanan sendiri untuk memasarkan produk-produk nya tanpa menggunakan media cetak/ koran lagi
5. Meningkatkan hasil penjualan dengan usulan sistem yang baru dengan penerapan Konsep *E-Commerce*
6. Meningkatkan citra CV.Ahaa Motor di mata konsumen dan supplier mobil dan membuat mereka beranggapan mengapa harus membeli mobil di CV.Ahaa motor.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat atau Kegunaan hasil penelitian dapat diklasifikasikan menjadi manfaat praktis dan manfaat akademis.Manfaat teoritis artinya hasil penelitian bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan obyek penelitian. Manfaat praktis bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja, terutama bagi sekolah, guru, dan siswa serta seseorang untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini bertujuan memberikan informasi yang benar bagi pihak manajemen CV.Ahaa Motor untuk memperhatikan masalah yang perlu

mendapatkan perhatian lebih dalam memberi kebijakan yang solutif sehingga kinerja perusahaan lebih baik lagi kedepannya nanti.

1.4.2 Kegunaan akademis

Sebagai salah satu sumber informasi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran serta penjualan untuk membuat hasil karya baru yang lebih inovatif bagi perkembangan serta dapat menambah wawasan pengetahuanbagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Unikom-Bandung pada khususnya.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang diambil adalah:

1. *Website* ini hanya menyangkut ruang lingkup periklanan mobil,pemesanan mobil atau *booking* mobil.
2. Sistem informasi pemesanan *online* ini tidak melayani pembayaran secara *online* bahkan pengiriman, hal ini dikhawatirkan jarak pelanggan yang berada di luar pulau seperti : Papua,Kalimantan,Sulawesi dll
3. Sistem informasi ini bersifat *multiuser* atau dapat digunakan oleh banyak pemakai khususnya untuk bagian administrasi penjualan,administrasi pembelian,dan pendistribusian.
4. Data-data yang di dapat sepenuhnya murni dari perusahaan tanpa campur tangan dari pihak lain
5. Konsumen yang telah melakukan pemesanan melalui *web* tetap harus datang ke *showroom* untuk melakukan transaksi secara konvesional.

Proses pembuatan program atau *database* di *showroom* CV.Ahaa Motor Bandung:

1. Pemograman *PHP*

2.*SQL database Server*

1.6 Lokasi dan Waktu/Jadwal Penelitian

1. Lokasi

Penulis melakukan penelitian untuk merancang sistem informasi pemesanan mobil di C V . Ahaa Motor Bandung yang beralamatkan di Jl. Banteng No.17B Bandung JawaBarat Telp.(022) 95026928.

2. Waktu/Jadwal Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan kerja praktek lapangan yaitu selama satu bulan,terhitung dari bulan Februari 2013 sampai Juli 2013.Adapun tabel selama penyusunan laporan ini adalah:

Tabel 1.1 Waktu/Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun 2013																							
	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengumpulan Data																								
1.Observasi																								
2.Wawancara																								
Pengembangan Prototype																								
1.Perancangan Program																								
2.Coding																								
Penerapan Prototype																								
1.Testing																								
2.Implementasi																								
Pembuatan Laporan																								