# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahan-perusahaan dagang di Indonesia dituntut bersaing lebih meningkatkan kreativitas didalam perkembangannya. Fragile The jeans Maker yang bergerak dibidang industri perdagangan *clothing*/pakaian yang sangat memerlukan inovasi didalam melakukan program-program pemasarannya. Oleh karena itu dari sini bisa kita lihat betapa pentingnya kreativitas dalam mengembangkan suatu bisinis perdagangan clothing dengan salah satu upayanya adalah mempromosikan produk dengan cara online melalui internet agar dengan mudah pelanggan mengorder sebuah barang.

*Electronic Commerce* (*e-commerce*) didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk jasa dan informasi yang dilakukan secara electronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan adalah internet, *electronic commerce* (perniagaan elektronik), sebagai bagian dari electronik bisnis (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan elektronik transmisi). Melalui *E-Commerce* para calon pelanggan dapat menemukan website anda, membaca, melihat-lihat produk, memesan dan membayar produk tersebut secara online.

Perusahaan Fragile The Jeans Maker adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri pembuat pakaian jadi yang membuat berbagai macam-macam pakaian jadi setiap harinya tetapi lebih fokus kepada celana jeans dan bahan pakaian berbahan *denim,* lalu kami pasarkan salah satunya adalah dengan cara melalui media online dengan menjadi member di salah satu media jejaring sosial di internet, alhasil penjual barang dan jasa melalui media tersebut perusahaan ini mendapatkan omset penjualan perbulannya kurang lebih mencapai 8-10 juta. Dan dengan menggunakan media iklan ini ternyata omset yang di peroleh perusahaan meningkat dan mampu menjangkau pasar hingga luar pulau jawa dan harapan perusahaan kedepannya mampu menembus pasar internasional.

Dalam pengelolaan data penjualan di Fragile The Jeans Maker ini masih menggunakan cara yang manual. Berdasarkan hasil observasi, Fragile The Jeans Maker ini dalam memasarkan produk dan jasanya adalah dengan menjadi member disebuah media jejaring sosial di internet seperti TWITTER, dan FACEBOOK. Fragile The Jeans Maker sampai saat ini mencatat data pemesanan barang dengan manual dan belum memiliki data basenya sendiri masih dicatat ulang kedalam Microsoft Excel hal itu sangat memungkinkan terjadi salah dalam menulis pencatatannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin membantu mengurangi terjadinya kelemahan tersebut dengan membuat suatu web penjualan yang berbasis *e-commerce*/penjualan online pada Fragile The Jeans Maker.

Oleh karena itu maka penulis berinisiatif untuk melakukan penelitian dan mengembangkan suatu sistem informasi promosi dan penjualan secara *online*, yang mampu mendukung peningkatan mutu dan kualitas pelayanan pada Fragile The Jeans Maker. Adapun judul yang diangkat pada penelitian ini adalah: **"PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PROMOSI DAN PENJUALAN BERBASIS WEB PADA FRAGILE THE JEANS MAKER"**.

## 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dihadapi oleh Fragile The Jeans Maker, maka penulis mengidentifikasikan beberapa masalah dengan tujuan untuk memberikan solusi yang efektif dan efisien, diantaranya :

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Perusahaan masih belum mempunyai media alternatif sebagai sarana promosi produk dan jasanya. Hanya mengandalkan fasilitas media iklan online yang tersedia. Sehingga penjualannya tidak maksimal karena fasilitas di media iklan tersebut masih terbatas.

2. Pencatatan data pemesanan dan penjualan masih manual sehingga masih ada data yg tidak tercatat karena masih mengguna microsoft excel akibatnya masih ada data yang terlewat/ tidak tercatat.

3. Adanya keterbatasan penyampaian informasi pemesanan produk karena selama ini para konsumen hanya mengetahui pesanan produk dari jejaring sosial dan datang langsung ke tempat.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem informasi promosi dan penjualan yang sedang berjalan pada Fragile The Jeans Maker.
2. Bagaimana perancangan sistem informasi promosi dan penjualan pada Fragile The Jeans Maker.
3. Bagaimana pengujian sistem informasi penjualan pada Fragile The Jeans Maker.
4. Bagaimana implementasi sistem informasi penjualan pada Fragile The Jeans Maker.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membuat sistem informasi penjualan dan pemesanan pada Fragile The Jeans Maker, guna mempermudah perusahaan dalam proses mempromosikan produk dan jasanya.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk membantu mencpai target yang diharapkan pada perusahaan Fragile The Jeans Maker.
2. Untuk merancang sistem informasi penjualan berbasis *Website* dalam proses penjualan pakaian yang berkaitan dengan Fragile The Jeans Maker.
3. Melakukan pengujian terhadap perancangan sistem informasi penjualan berbasis *Website* pada Fragile The Jeans Maker
4. Untuk merancang database penjualan yang akurat pada Fragile The Jeans Maker agar tidak terjadi lagi salah dalam pencatatan.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka hasil dari penelitian ini diharapkan, memberikan informasi kepada masyarakat untuk menjadi konsumen tetap di Fragile The Jeans Maker dalam pemberian informasi produk dengan keberadaan *website* ini nantinya. Juga dari penelitian ini diharapkan agar dapat memperkaya pengetahuan tentang dunia online dan elektronik berupa media *website* yang sedang marak serta mengglobal didunia khususnya di Indonesian, yang tentunya akan memberikan kemudahan akan melakukan suatu kegiatan atau mencari informasi yang diinginkan.

Adapun kegunaan dari penelitian ini dapat berguna di lingkungan praktis dan lingkungan akademis.

### 1.4.1 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penyusunan proposal ini adalah :

1. Membantu perusahaan agar lebih cepat menjual produknya dan memasarkannya lebih luas lagi.

2. Dapat membantu Bag.Pemasaran Fragile The Jeans Maker dalam meningkatkan efektifitas dalam sistem penjualannya.

3. Mempermudah calon konsumen dalam berbelanja online.

### 1.4.2 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan akademis dari penyusunan proposal ini adalah :

1. Dapat mengembangkan ilmu yang telah didapatkan oleh penulis selama perkuliahan.

2. Dapat berguna bagi pihak-pihak yang memerlukan baik sebagai referensi, bahan pembanding, maupun sebagai bahan rujukan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

## 1.5 Batasan Masalah

Sehubungan dengan hal ini penulis membatasi ruang lingkup dalam penelitian agar mendapatkan hasil yang maksimal. Ruang lingkup yang dilakukan penulis hanya dibatasi pada saat penulis melakukan penelitian pada bagian promosi dan penjualan pada Fragile The Jeans Maker di antaranya:

1. Pemesanan dan penjualan pada Fragile The Jeans Maker.
2. Sistem tidak membahas retur barang.
3. Transaksi hanya bisa dilakukan pada saat konsumen telah menjadi member dan melakukan log in.
4. Pencatatan data penjualan yang ada pada Fragile The Jeans Maker
5. Sistem informasi penjualan berbasis *web*, dimana *website* yang dibuat hanya berisi tentang informasi produk – produk dan event promosi yang ada pada Fragile The Jeans Maker
6. Sistem pemesanan produk pada sistem informasi penjualan ini hanya dapat digunakan di Indonesia.
7. Barang dikirim melalui perusahaan jasa pengiriman pihak ke-3.

8. Sistem pembayaran dilakukan melalui transfer antar rekening bank.

### 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun tempat yang dipilih menjadi objek penelitian yaitu Fragile The Jeans Maker di Jl. Pluto Selatan II No 23 Rt/w 02/13. kel/kec Margasari/Buahuahbatu, Bandung 40286. No tlp 022-7560094. e-mail : marketing.fragilethejeans@gmail.com. Waktu pelaksanaan penelitian terhitung sejak bulan Agustus hingga bulan Desember 2013. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Tabel Jadwal Kegiatan Penelitian**

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Agustus | | | | September | | | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Identifikasi kebutuhan<br>a. Observasi<br>b. Wawancara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Membuat Prototype<br>a. Analisis Sistem<br>b. Rancang Sistem<br>c. Coding Sistem | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Uji Coba Sistem | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Memperbaiki Prototype | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mengembangkan Prototype | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Implementasi Sistem | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |