

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dibidang teknologi, perusahaan-perusahaan makin dipicu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai alat atau media untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras. Internet merupakan suatu media yang sudah tidak asing lagi diberbagai belahan dunia yang memiliki banyak fungsi. Dalam hal ini, organisasi atau perusahaan akan bersaing dengan pelaku bisnis yang lain di dunia maya.

Akhir-akhir ini penggunaan internet yang mengurus kepada cyberspace, kelihatannya akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini dan masa datang, yang secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Inipun akan membawa dampak yang sangat besar bagi perusahaan. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam. Globalisasi ekonomi juga membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal, dan serentak. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitornya.

Evolusi yang terjadi pada internet merupakan satu fenomena yang paling menarik dalam kemajuan teknologi yang terjadi sekarang. Satu aspek yang boleh dibilang utama dalam evolusi ini adalah munculnya electronic commerce (e-commerce) dalam lingkungan bisnis. Elektronik commerce atau yang di singkat e-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers dan pedagang perantara (intermediateries). E-commerce mengubah hampir semua fungsi bisnis area dan setiap kegiatannya, mulai dari transaksi jual belinya sampai periklanannya. Dengan ini e-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak didalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet.

Peningkatan transaksi menggunakan e-commerce oleh perusahaan merupakan indikasi bahwa manajemen memiliki komitmen terhadap pemanfaatan cara baru atau lebih tepat digambarkan sebagai suatu komitmen untuk memanfaatkan e-commerce di dalam pengembangan perusahaan. Selama ini, sistem penjualan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat manual dan secara tertulis, yang tidak jarang cenderung menyesatkan. Dengan adanya layanan jasa berupa e-commerce yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri, maka segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para pelanggan.

Belum terdapatnya media pemasaran secara online, menambah masalah yang ada pada Artomoro Furniture. Saat ini suatu bidang usaha tentu kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran online seperti website. Konsumen sangat kesulitan mencari informasi tentang keberadaan Artomoro Furniture yang tentunya mengakibatkan perusahaan tersebut kurang dikenal oleh banyak orang. Dengan adanya masalah yang dihadapi oleh perusahaan Artomoro Furniture tersebut maka dibutuhkan kehadiran sebuah website. Hal ini sangat penting karena keberadaan suatu website dapat membantu penyampaian informasi produk dan harga secara detail kepada konsumen. Selain itu melalui website akan dapat mengakses informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Suatu website akan menjelaskan bagaimana proses perusahaan dalam melakukan kegiatannya sehingga dapat ditampilkan waktu pemesanan dan waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan pesanan hingga sampai kepada pelanggan yang memesannya.

Pelanggan akan dapat memperkirakan kapan ia harus memesan dan kapan pesannya akan dikirimkan. Tidak hanya itu saja, keberadaan suatu website akan dapat memperluas jangkauan pemasaran perusahaan ini, maka diperlukan sebuah program aplikasi yang mendukung dalam proses pemasaran dan pemesanan furniture pada Artomoro Furniture untuk dijadikan bahan penulisan usulan penelitian dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis web pada workshop Artomoro Furniture Tangsel”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat sistem pemesanan dan penjualan yang komunikatif dan informatif untuk workshop Artomoro Furniture?
2. Bagaimana merancang media pemasaran penjualan berbasis web pada Artomoro Furniture?

1.3. Batasan Masalah

Karena luasnya pembahasan masalah, keterbatasan kemampuan dan waktu peneliti, serta upaya agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus, maka penelitian ini hanya membatasi masalah pada hal-hal berikut :

1. Sistem informasi yang dibuat hanya meliputi sistem pemesanan (PreOrder) dan penjualan pada Artomoro Furniture.
2. Sistem akan digunakan oleh beberapa aktor seperti pemilik usaha, admin toko dan pelanggan.
3. Sistem akan mengelola transaksi data seperti registrasi pelanggan, transaksi penjualan barang dan pembayaran transaksi penjualan.
4. Pembayaran pelanggan menggunakan e-wallet seperti OVO dan GoPay menggunakan API Midtrans.
5. Pengiriman barang menggunakan API RajaOngkir veris Pro.
6. Sistem yang dibangun berbasis web.

1.4. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membuat sistem informasi untuk mempermudah konsumen untuk melakukan pemesanan di workshop Artomoro Furniture.
2. Dengan adanya media pemasaran lebih memperluas area pemasaran sehingga menambah jumlah konsumen

1.5. Manfaat

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat untuk mahasiswa, akademisi, masyarakat dan pelaku usaha seperti penerapan ilmu pengetahuan dari perkuliahan untuk memberikan solusi dari beberapa kendala yang dialami ketika ingin melakukan penjualan barang melalui media online dan kemudahan dalam hal pembayaran transaksi penjualan. Sedangkan bagi akademis dapat memberikan penilaian untuk mahasiswanya sebagai tolak ukur evaluasi pembelajaran.

