

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan juga internet di era globalisasi ini sangat tinggi dan semakin luas. Dengan adanya teknologi yang terhubung secara online tanpa ada batas waktu dan tempat, sehingga keduanya banyak diterapkan dalam bisnis di perusahaan dalam berbagai bidang.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, saat ini penggunaan internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu produk. Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga e-marketing. E-marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan social media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk/jasa yang ingin mereka beli/pakai karena tidak perlu tatap muka secara langsung. Publikasi ini menyediakan potret dan gambaran potensi dan perkembangan usaha *e-commerce* seperti jumlah usaha *e-commerce*, nilai transaksi, jumlah tenaga kerja, jenis barang/jasa yang dijual, media yang digunakan, metode pengiriman barang/jasa, dan alasan usaha tidak melakukan penjualan *online*.

Akibat transaksi yang semakin kompleks diperlukan informasi terkait keadaan keuangan perusahaan. Selain itu, kecenderungan para pemilik (owner) dan stake holder mengambil kebijakan atas dasar data keuangan yang tersedia menyebabkan data akuntansi memegang peranan yang sangat penting atas perkembangan dan pengembangan perusahaan ke depannya. Baik buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan dapat diketahui dari analisis yang dilakukan terhadap laporan keuangan perusahaan tersebut sebab output terpenting dalam penerapan sistem akuntansi ialah pelaporan kondisi keuangan.

Pada penelitian ini penulis memfokuskan objek pada Madeny Henna, sebagai salah satu bisnis jasa *mehndi* yang masih baru di Bayang, Pesisir Selatan. *Madeny Henna* dibentuk pada April 2019 di Bayang, Pesisir Selatan. Seiring dengan meningkatnya persaingan di bisnis jasa *mehndi*, banyak upaya yang telah dilakukan oleh *Madeny Henna* dalam meningkatkan jumlah konsumen. Salah satunya yaitu melalui promosi online, yang digunakan oleh pihak Madeny Henna melalui *Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp*. Dan dalam pelaporan keuangan pun, belum adanya pembukuan atau perhitungan yang dilakukan secara detail dari pihak Madeny Henna sendiri.

Mehndi sendiri merupakan suatu bentuk *seni tubuh* dan *dekorasi kulit* sementara yang berasal dari *India kuno*, dimana desain dekoratif dibuat pada tubuh seseorang menggunakan pasta yang berasal dari bubuk daun kering tanaman *henna (Lawsonia Inermis)*. Pada akhir 1990-an, dekorasi mehndi menjadi mode di Barat, dipopulerkan oleh industri perfilman dan hiburan India, dimana mereka disebut *tato henna*.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Jasa Mehndi Sebagai Media Promosi Serta Laporan Keuangan Pada Madeny Henna Menggunakan Bahasa Pemograman PHP dan Database MySQL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan tinjauan yang telah dilakukan serta uraian yang tertera diatas, dengan melihat dan memperhatikan sistem yang sedang berjalan saat ini di Madeny Henna, maka diajukan beberapa pertanyaan untuk menemukan beberapa permasalahan, antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana membangun portal *e-commerce* sebagai media pemesanan dan promosi *online*?
2. Bagaimana membangun suatu sistem keuangan terkomputerisasi sejalan dan sesuai dengan bisnis jasa *e-commerce Madeny Henna*?
3. Bagaimana penerapan *e-marketing* dan *e-kalkulasi* dari sisi pemasaran *e-commerce*?

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dimaksud dalam penelitian ini menjadi lebih terarah dan sistematis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penulis hanya membatasi masalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian dibatasi pada *Madeny Henna*.

2. Sistem *e-commerce* yang dirancang lebih terfokus kepada *e-marketing* jasa *mehndi Madeny Henna*.
3. Sistem yang dibuat mengenai laporan keuangan dari transaksi-transaksi yang berhubungan dengan :
 - a. Laporan keuangan hanya meliputi laporan pemasukan, laporan pengeluaran.
 - b. Sumber pemasukan, meliputi: penerimaan pembayaran jasa *mehndi*.
 - c. Pengeluaran kas, meliputi: biaya bahan baku *mehndi*, biaya transportasi, biaya pernak-pernik, dan biaya-biaya tak terduga.
4. Sistem pembayaran dilakukan via transfer dan bukti pembayaran akan diupload dikonfirmasi pembayaran.
5. Sistem Informasi ini diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database MySQL.

1.4 Hipotesa

Dengan dilakukannya perubahan sistem dari yang lama menjadi sistem yang baru, maka dengan demikian dari perumusan masalah di atas dapat diambil beberapa hipotesis yang diharapkan, yaitu :

1. Dengan adanya sistem informasi ini diharapkan dapat membantu dalam marketing, penjualan serta berkembangnya bisnis jasa *Madeny Henna*.
2. Diharapkan dengan adanya sistem informasi ini terselesaikan permasalahan proses laporan keuangan yang ada di bisnis jasa *Madeny Henna*.
3. Dengan adanya sistem informasi ini diharapkan dapat berjalan dengan baik dan dapat digunakan oleh bisnis jasa *Madeny Henna*.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Untuk membuat portal e-commerce sebagai media belanja *online* dan *e-marketing*,
2. Untuk membuat sistem terkomputerisasi laporan keuangan ke dalam aplikasi *e-commerce*
3. Memberikan sarana dan prasarana transaksi yang lebih mudah kepada *Madeny Henna*.
4. Memudahkan dalam mengelola data dan proses transaksi.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi usaha jasa yang menjual jasa secara *online* dapat digunakan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat meningkatkan transaksi penjualan yang akan dilakukan.
2. Bagi Kampus dapat melihat kemampuan dan keahlian mahasiswa dalam jangka panjang. Dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya, terutama bagi mahasiswa UPI YPTK Padang yang ingin mengembangkan sebuah penelitian mengenai *e-marketing*, *e-commerce*, *e-kalkulasi*.
3. Bagi peneliti, merealisasikan teori-teori yang telah didapat selama berada dibangku kuliah ke dalam praktek kerja nyata. Selain itu setidaknya mahasiswa dapat memberikan peran tersendiri bagi perusahaan sehingga didapat suatu hasil yang maksimal.

1.7 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa bagian :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data primer dengan teknik mengumpulkan data sebagai berikut:

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu mengumpulkan data dengan komunikasi langsung dengan pihak yang bersangkutan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mendukung permasalahan dan didapatkan suatu hasil rancangan dan data-data atau informasi yang nantinya akan menjadi penunjang dalam suatu sistem baru.
- b. Pengamatan langsung (*Observasi*), yaitu mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang terkait tanpa mengajukan pertanyaan yang nantinya akan menunjang dalam pembuatan system yang baru.

2. Penelitian Labor Labor (*Laboratory Research*)

Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder dengan mempelajari artikel-artikel, paket modul dan paduan, buku-buku pedoman dan segala kepustakaan lainnya yang dianggap perlu dan mendukung.

3. Penelitian Labor (*Laboratory Research*)

Pada metode ini dilakukan penelitian dengan menguji variabel-variabel yang diteliti seperti melakukan perancangan rangkaian sistem dan menguji konsep-konsep yang ada dengan menggunakan alat yang sesuai.

1.8 Tinjauan Umum Objek Penelitian

Madeny Henna beralamat Jl. Pasar Baru Ambacang Kamba, Bayang, Pesisir Selatan. Madeny Henna merupakan sebuah UKM yang bergerak di bidang jasa mahndi khususnya di daerah Bayang, Pesisir Selatan. Yang mana menerima dan melayani panggilan pernikahan/acara pengantin, acara keluarga, acara pesta dan acara sebagainya.

Madeny Henna di operasikan oleh saudari Aprima Deni sendiri yang terkadang dibantu oleh adiknya. Lokasi UKM Madeny Henna sendiri bertempat di kediaman pribadi Aprima Deni sendiri. Yang mana tidak ada tempat khusus untuk menempatkan barang-barang atau bahan-bahan untuk usaha *henna* ini sendiri.

1.8.1 Sejarah Singkat Berdirinya Madeny Henna

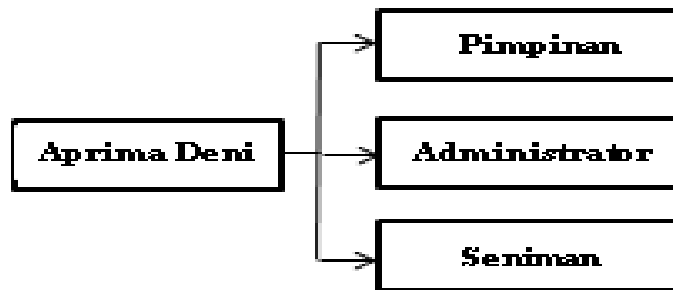
Madeny Henna merupakan UKM yang bergerak dibidang jasa mehndy yang berdiri pada tahun 2019, didirikan oleh saudari Aprima Deni yang bermaksud untuk menyalurkan hobi sekaligus mendatangkan uang dari hobi tersebut.

Awal mulanya berdiri usaha ini di latarbelakangi dari hobi beliau sendiri yang sering menghendykan tangan-tangan saudaranya dan beberapa calon pengantin yang ingin memasang *Inai* di tangannya. Dari situlah banyak orang

yang memakai jasanya untuk memasang *henna* dan disitulah awal karirnya dimulai dan dikenal oleh orang banyak

1.8.2 Struktur Organisasi

Untuk saat ini UKM jasa Madeny Henna hanya dijalankan oleh saudari Aprima Deni sendiri. Yang mana beliau sendiri yang sebagai seniman, mengatur, mempromosikan, mengelola, menjalankan usaha Madeny Henna.



Sumber : Madeny Henna

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Madeny Henna