

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring kemajuan teknologi pada saat sekarang ini membuat penggunaan system informasi semakin tinggi. Banyak kalangan usia yang menggunakan system informasi karena telah memberi dampak yang cukup besar, salah satunya dalam bidang dunia bisnis atau usaha. Bahkan dengan adanya teknologi dan juga internet, pelaku bisnis lebih mudah memperoleh informasi yang tepat dan relevan. Penggunaan teknologi dan internet dalam dunia bisnis ini berubah fungsi, dari yang sebelumnya sebagai alat untuk bertukar informasi menjadi alat untuk mewujudkan strategi bisnisnya, (Irsyad & Anwar, 2020).

*IT Business Management* adalah suatu aplikasi yang dapat membantu proses jalannya sebuah bisnis (Veza & Maghfiroh, 2020). *IT Business Management* bertujuan untuk menerapkan tata kelola bisnis yang baik yaitu berbisnis menggunakan teknologi informasi bagi penjual handphone di Kota Padang. Dari keterangan diatas, penulis merasa perlu merancang sistem untuk penerapan *IT Business Management* untuk mempermudah bisnis handphone di Toko Genesis Phone Cell dalam mengelola bisnis agar dapat membuat kemajuan dalam berbisnis. Hal ini tentu erat kaitannya dengan *IT Business Management* karena saling menentukan langkah terbaik masing-masing untuk mempermudah dan meningkatkan penjualan (Alda, 2022).

Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan strategi bauran pemasaran 4P (*product, promotion, price dan place*). Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari faktor kegiatan yang menyusun pusat kerangka sistem pemasaran. Bauran pemasaran sering digunakan sebagai penelitian elemen-elemen yang mempengaruhi volume penjualan seperti produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*) dan tempat (*place*). Keempat elemen ini saling terkait terlebih lagi setiap elemen saling mempengaruhi. Melalui strategi ini, akan diketahui perbaikan peningkatan strategi yang harus dibuat untuk meningkatkan volume pemasaran. Dalam kehidupan manusia, tak lepas dari suatu pikiran yang bimbang dan akhirnya manusia akan membuat atau mengambil keputusan dan melaksanakannya, hal ini tentu dilandasi asumsi bahwa segala tindakannya secara sadar merupakan pencerminan hasil proses pengambilan keputusan dalam pikirannya (Utomo, 2021).

Pengambilan keputusan ini terjadi karena banyak alternatif, pilihan atau tindakan sehingga manusia dipaksa untuk memilih salah satu diantara alternatif-alternatif dan kriteria-kriteria tersebut yang merupakan hasil keputusan yang baik. Penentuan strategi pemasaran dapat dilihat bahwa level 0 adalah goal yaitu penentuan strategi pemasaran dengan strategi 4p, bauran promosi dan hubungan masyarakat. Kemudian pada level 1 terdapat beberapa kriteria strategi seperti strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat dan strategi hubungan masyarakat. Kemudian pada level 2 merupakan sub-kriteria dari masing-masing kriteria yaitu kualitas produk, tampilan produk, kemasan produk, harga yang terjangkau, potongan harga, syarat mendapatkan potongan harga jelas, kemudahan pemilihan pembayaran, periklanan, pemasaran langsung, penjualan

personal, tempat yang strategis, suasana tempat bersih, sejuk, dan nyaman, berita yang tersebar mengenai perusahaan baik, identitas perusahaan unik dan berbeda, kegiatan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Level 3 merupakan sub dari sub-kriteria seperti penemuan informasi mudah diakses, design penyampaian informasi menarik, informasi bersifat jelas, pesan informasi dapat dipercaya, perusahaan menyebarkan brosur mengenai produknya, perusahaan menyediakan fitur sharing melalui situs web, wiraniaga berpenampilan menarik, wiraniaga menguasai informasi produk dan perusahaan, wiraniaga mampu menjelaskan dengan jelas dan memuaskan (Utsalina & Primandari, 2020).

Metode MFEP (*Metode Multi Factor Evaluation Process*) ialah metode yang fundamental dari pengembangan metode pada *Decision Support System*, cara penyelesaian metode ini dengan penilaian subyektif dan intuitif kepada indikator atau faktor penyebab dari suatu masalah yang dianggap penting (Hidayat & Ningrum, 2019). Salah satu metode pengambilan keputusan yang dapat menyelesaikan permasalahan yang multi criteria. Dalam menentukan strategi pemasaran pada toko pihak toko sering salah menentukan strategi apa yang baik digunakan pada periode saat ini. Maka dari itu dengan dibantunya dengan usulan sistem penunjang keputusan dengan menggunakan metode MFEP dapat memberikan kemudahan kepada pihak toko dalam proses seleksi strategi apa yang layak digunakan sehingga tujuan dari promosi tepat sasaran. Sistem Pendukung Keputusan akan membantu manajemen perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran menggunakan langkah-langkah dan konversi fakta-fakta menjadi nilai-nilai yang objektif (Putri & Sinaga, 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas, oleh karena itu upaya di Toko Genesis Phone Cell harus mampu menerapkan strategi dalam meningkatkan dan memasarkan produk yang ditawarkan sehingga nantinya dapat diketahui oleh masyarakat tentunya tujuannya terlebih dahulu bagi masyarakat Kota Padang dan dengan perkembangan tersebut juga dapat diketahui oleh masyarakat luas. Berdasarkan keterangan diatas, strategi pemasaran sangat penting untuk diterapkan pada Toko Genesis Phone Cell , karena bisnis ini merupakan bisnis yang menjanjikan dan tentunya membutuhkan strategi baru untuk meningkatkan bisnisnya agar lebih maju. Berdasarkan deskripsi diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul : **“OPTIMALISASI IT BUSSINES MANAGAMENT DALAM UPAYA MENINGKATKAN STRATEGI PENJUALAN DAN PEMASARAN PADA TOKO GENESIS PHONE CELL MENGGUNAKAN METODE MFEP (Metode Multifactor Evaluation Process) BERBASIS WEB “**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan *IT Business Management* dapat memberikan solusi bagi pihak Toko Genesis Phone Cell dalam meningkatkan strategi penjualan sehingga dapat memberikan umpan balik bagi toko?
2. Bagaimana perancangan system *IT Business Management* dapat memberikan kemudahan kepada pihak toko dalam proses penggunaan sistem sehingga dapat memberikan kemudahan dan keefisienan waktu dalam proses pengerjaan transaksi penjualan?

3. Apakah pada Toko Genesis Phone Cell telah menggunakan sistem penunjang keputusan dengan menggunakan metode MFEP untuk menyeleksi strategi penjualan apa yang terbaik untuk di gunakan dalam proses pemasaran toko?

### 1.3 Hipotesis

Hipotesa merupakan jawaban ataupun dugaan sementara terhadap latar belakang dan rumusan masalah yang ada. Pada sub bab ini penulis menguraikan dugaan sementara yang didapat sebagai berikut:

1. Dengan *IT Business Management* berbasisan website dapat memberikan solusi kepada pihak toko terhadap masalah-masalah yang di hadapi dalam proses promosi bisnis sehingga dengan diterapkan *IT Business Management* telah memberikan strategi dalam menarik daya minat pelanggan berbelanja pada toko .
2. Diharapkan dengan adanya sistem yang telah dirancang nya *sistem IT Business Management* dapat memberikan kemudahan kepada pihak toko dalam proses pengolahan data penjualan barang menjadi lebih cepat, karena sistem penjualan yang dibuat telah online yang dapat di akses dimana saja oleh pelanggan.
3. Diharapkan dengan menggunakan sistem penunjang keputusan metode MFEP dapat memberikan hasil yang lebih akurat dibandingkan dengan pengambilan keputusan secara manual. Sehingga dapat meminimalisir kesalahan dalam proses penentuan strategi pemasaran yang berdampak pada penjualan handphone pada toko genesis.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan-batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini hanya membahas bagaimana proses pemilihan strategi pemasaran pada Toko Genesis Phone Cell dengan menggunakan metode MFEP (*Metode Multifactor Evaluation Process*) sebagai alat bantu dalam proses pengambilan keputusan.
2. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam proses pembuatan sistem penunjang keputusan yaitu menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan database MySQL.
3. Penelitian ini juga akan membangun suatu sistem *IT Business Management* dimana pada sistem tersebut pelanggan dapat melakukan belanja online di website yang di rancang.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan yang dilakukan penulis berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas diantaranya yaitu:

1. Membangun Aplikasi pada toko agar mempermudah pelayanan penjualan dan pemesan produk terbaik bagi konsumen dan pemilik.
2. Meningkatkan pemasaran produk terbaik melalui internet dengan lebih efektif , efisien dan promosi produk secara meluas dan merata.
3. Untuk mendesain dan membangun sistem informasi pada Toko Genesis Phone Cell berbasis Web yang dapat membantu mempromosikan produk

yang dijual serta sebagai media transaksi penjualan secara online yang dapat mengotomatisasi proses transaksi penjualan dan tidak terikat jarak.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut:

1. Sebagai alat pemasaran *online* terbaik pada toko dalam penjualan dan pemesanan untuk masyarakat di dalam daerah maupun masyarakat luas.
2. Bisa memberikan inovasi yang baru pada Toko Genesis Phone Cell Padang Sumatera Barat.
3. Memanfaatkan berbagai teknologi, informasi, alat dan apapun di sekitar untuk menciptakan sebuah proyek atau apapun itu yang bermanfaat pada Toko Genesis Phone Cell.

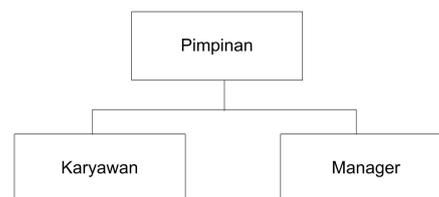
### **1.7 Tinjauan Umum Perusahaan**

Toko Genesis Phone Cell yang berlokasi di Soekarno Hatta, pasar baru Unand Padang yang berdiri sejak tahun 2010 merupakan toko handphone yang menjual berbagai macam merek hp. Toko handphone ini menjual bermacam-macam merek HP yang sedang diminati anak-anak muda. Toko Genesis Phone Cell mengikuti perkembangan model-model yang baru menyesuaikan dengan selera anak muda masa kini. Dalam sistem transaksi penjualan saat ini di Toko Genesis Phone Cell masih ada beberapa kendala. Sejauh ini sistem penjualan yang dilakukan oleh Toko Genesis Phone Cell masih dilakukan secara konvensional dan COD (*cash on delivery*). Pelanggan yang berada di luar kota kesulitan untuk membeli produk Toko Genesis Phone Cell dikarenakan faktor jarak, sedangkan untuk peluang pasar di luar kota sangatlah menarik akan tetapi

Toko Genesis Phone Cell sampai saat ini belum memiliki cabang di luar kota dan untuk membuka cabang baru biayanya terhitung mahal. Untuk pengolahan data produk masih dilakukan secara manual dengan mencatat pada buku sehingga Toko Genesis Phone Cell kesulitan untuk mengelola data produk yang ada. Untuk laporan transaksi penjualan dibuat manual dan masih ditulis tangan yang ditulis di tabel. Semakin banyak transaksi penjualan di Toko Genesis Phone Cell maka semakin menyulitkan Toko Genesis Phone Cell untuk membuat laporan transaksi penjualan. Toko Genesis Phone Cell masih kesulitan dalam hal promosi karena konsumen hanya dapat mengetahui informasi mengenai produk berdasarkan rekomendasi dari teman saja sehingga dinilai kurang baik karena konsumen tidak langsung mengetahui informasi mengenai produk baru, dan terutama ketika ada perubahan dari harga produk. Untuk mengatasi berbagai macam masalah diatas, maka Toko Genesis Phone Cell memerlukan sistem penjualan yang dapat mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi, mempermudah dalam melakukan promosi, dan juga dapat membantu dalam mengelola data produk dan pembuatan laporan transaksi penjualan.

### 1.7.1 Struktur Organisasi

Adapun bentuk struktur organisasi Toko Genesis Phone Cell dapat dilihat pada gambar berikut.



*Sumber : Toko Genesis Phone Cell*

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi**

### **1.7.2 Tugas dan Wewenang**

Adapun penjelasan pada Gambar 1.1 dapat dilihat pada penjelasan berikut,

a. Pimpinan

Memberikan perintah dan masukan kepada manager dan karyawan untuk kemajuan toko

b. Manager

Mengontrol segala hal yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian barang.

c. Karyawan

Bertugas menjaga seluruh kegiatan kinerja toko dan melayani pelanggan.