

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang sangat pesat. Perkembangan teknologi tersebut telah mendorong manusia untuk membantu memudahkan kegiatan dalam menyelesaikan pekerjaannya. Teknologi internet merupakan salah satu bidang yang mengalami perkembangan sangat cepat. Banyak sektor yang menerapkan teknologi ini, salah satunya dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Peranan sistem informasi sangat berguna dan sangat berperan penting dengan memanfaatkan *e-commerce*.

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sebagian manusia dalam menjual barang dagangan yang dimiliki baik itu barang ataupun jasa kepada pasar agar mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Penjualan adalah suatu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan, dan merupakan suatu jantung dari suatu perusahaan. Implementasi *e-commerce* mengubah hampir semua fungsi bisnis area dan setiap kegiatannya, mulai dari transaksi jual belinya sampai periklanannya. Dengan lahirnya *e-commerce* ini memudahkan konsumen untuk dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus datang ketempatnya.

Mekanisme dan proses transaksi bisnis semua dapat berlangsung secara online sehingga memudahkan dalam proses pembayarannya untuk dalam dan luar negeri. Oleh karena itu, kebutuhan utama dalam perancangan *E-commerce* adalah merupakan sarana penting untuk menyebarluaskan informasi mengenai beragam keunikan produk dan memperluas area pangsa pasar dengan sasaran untuk meraih

keuntungan dan daya saing yang lebih kompetitif dan bersifat global. Keberhasilan *E-commerce* lebih dominan terletak kepada kekhususan produk dengan spesifikasi tertentu. Usaha bisnis dengan produk yang unik dan spesifik dapat menjadikan peluang bisnis dan memiliki tingkat komparatif yang tinggi karena memiliki ciri khas dan belum ada pada usaha bisnis yang lain, seperti halnya usaha Minyak Tanak khas Talawi.

Usaha Minyak Tanak Khas Talawi adalah usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang pemasaran minyak tanak. UKM ini mulai berdiri tahun 1965. Proses penjualan minyak tanak masih manual. Pemasaran minyak tanaknya hanya dari toko, serta dari mulut ke mulut. Bagi konsumen yang ingin membeli harus datang dulu ke toko, dengan demikian konsumen memerlukan waktu. Saat ini suatu bidang usaha tentu kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran yang maju. Konsumen sangat kesulitan mencari informasi tentang keberadaan Minyak Tanak Khas Talawi yang tentunya mengakibatkan usaha tersebut kurang dikenal oleh banyak orang.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis mengangkat permasalahannya menjadi sebuah penelitian dengan judul **“Sistem Informasi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan *E-commerce* Sebagai Media Pemasaran pada Produk Minyak Tanak Khas Talawi Di Kota Sawahlunto dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database My SQL”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, dan berdasarkan keterangan yang diperoleh dari pemilik UKM tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang timbul, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam bentuk *e-commerce* sebagai media pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi di kota Sawahlunto dapat memberikan informasi dan memudahkan pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi?
2. Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam bentuk *e-commerce* sebagai media pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi di kota Sawahlunto dapat memudahkan pelanggan dalam pemesanan Minyak Tanak?
3. Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam bentuk *e-commerce* sebagai media pemasaran produk minyak tanak khas Talawi di kota Sawahlunto dapat meningkatkan jumlah penjualan Minyak Tanak khas Talawi?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dibuat batasan masalah agar penelitian lebih terarah sebagai berikut:

1. Hanya membahas mengenai perancangan sistem penjualan Minyak Tanak khas Talawi dengan menggunakan pemrograman PHP dan database My SQL.
2. Pembayaran transaksi dilakukan secara offline, dimana pembeli melakukan

transfer uang secara manual ke rekening yang telah ditentukan.

3. Pada Perancangan sistem pemesanan dan penjualan ini, membahas tentang laporan keuangan per periode.

#### **1.4 Hipotesa**

Hipotesa adalah dugaan sementara atau pemecahan masalah yang bersifat sementara dimana nantinya akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi dapat dikemukakan hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan menerapkan sistem informasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam bentuk *e-commerce* menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL sebagai media pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi di kota Sawahlunto dapat memberikan informasi dan memudahkan pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi.
2. Diharapkan dengan menerapkan sistem informasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam bentuk *e-commerce* menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL sebagai media pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi di kota Sawahlunto dapat memudahkan pelanggan dalam pemesanan Minyak Tanak.
3. Diharapkan dengan menerapkan sistem informasi pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam bentuk *e-commerce* menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL sebagai media pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi di kota Sawahlunto dapat meningkatkan jumlah penjualan Minyak Tanak khas Talawi.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi dan memudahkan pemasaran produk Minyak Tanak khas Talawi
2. Dapat mempermudah pelanggan dalam pemesanan Minyak Tanak.
3. Dapat meningkatkan jumlah penjualan Minyak Tanak khas Talawi.

## **1.6 Manfaat Penelittian**

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan dan pengetahuan.
2. Analisa yang dilakukan dapat membantu untuk mengetahui bagaimana sistem aplikasi ini bekerja.
3. Dengan adanya sarana sistem informasi ini, maka diharapkan mahasiswa dapat menyelesaikan masalah yang ada pada objek penelitian.

## **1.7 Tinjauan Umum Usaha Minyak Tanak Khas Talawi**

Pada tinjauan umum ini akan dijelaskan tentang sejarah berdirinya usaha Minyak Tanak khas Talawi, struktur organisasi, serta tugas dari masing-masing struktur organisasi tersebut.

### **1.7.1. Sejarah Berdirinya Usaha Minyak Tanak Khas Talawi**

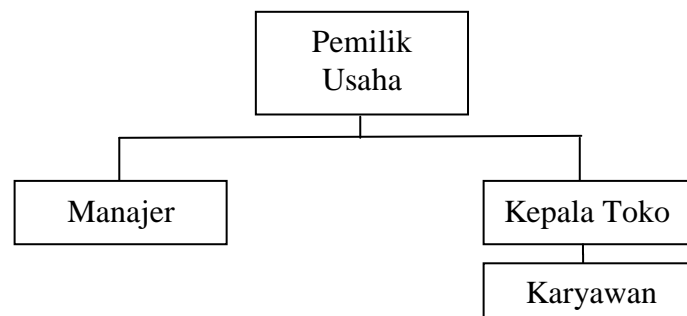
Usaha Minyak Tanak khas Talawi merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan Minyak Tanak khas Talawi. Usaha ini berdiri pada tahun 1965. Minyak Tanak khas Talawi ini merupakan suatu usaha yang di

jalankan oleh Keluarga Anuar. Usaha minyak tanak ini beralamat di Jl.M. Yamin SH nomor 240 Talawi.

### 1.7.2. Struktur Organisasi Minyak Tanak Khas Talawi

Organisasi sebagai sebuah wadah yang memiliki multi peran dan didirikan dengan tujuan mampu memberikan serta mewujudkan keinginan berbagai pihak, dan tak terkecuali kepuasan bagi pemiliknya.

Struktur organisasi usaha Minyak Tanak khas Talawi menggunakan struktur organisasi garis yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



*Sumber :Usaha Minyak Tanak Khas Talawi*

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi Usaha Minyak Tanak Khas Talawi**

### 1.7.3. Tugas Dan Tanggung Jawab

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dijelaskan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing pemegang jabatan pada struktur organisasi Usaha Minyak Tanak Khas Talawi, yaitu:

#### 1. Pemilik Usaha

- a. Menyusun rencana apa saja yang akan dilakukan agar toko yang dikelola dapat berkembang.
- b. Mendorong (memotivasi) bawahan untuk dapat bekerja dengan giat dan tekun.

- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing secara baik.
  - d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
  - e. Menyusun fungsi manajemen secara baik
  - f. Menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis.
2. Manajer
- a. Memberi tugas-tugas kepada para karyawan.
  - b. Melakukan relasi hubungan terhadap pelanggan.
  - c. Menjalin komunikasi dengan pelanggan setelah transaksi.
  - d. Memberi instruksi untuk melaksanakan pekerjaan.
  - e. Mengawasi karyawan-karyawan dalam melaksanakan tugasnya.
  - f. Melatih karyawan-karyawan untuk melaksanakan tugasnya.
  - g. Mengembangkan metode-metode baru untuk melaksanakan pekerjaan.
3. Kepala Toko
- a. Memberi tugas-tugas kepada para karyawan.
  - b. Menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.
  - c. Mengawasi karyawan-karyawan dalam melaksanakan tugasnya
4. Karyawan
- a. Mencatat semua transaksi penjualan.
  - b. Melayani dan menyapa pelanggan dengan baik.
  - c. Memberikan informasi mengenai jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen.
  - d. Memberikan jumlah uang kembali kepada konsumen