

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang dengan pesat pada saat sekarang ini turut membantu manusia dalam memasuki zaman baru di era teknologi yang diciptakan untuk meringankan beban aktivitas didalam kehidupan sehari-hari, serta membantu kita dalam memberikan informasi yang cepat, tepat, serta akurat tentang sebuah perusahaan atau instansi. Sekarang ini internet tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi saja, melainkan dapat digunakan sebagai media untuk melakukan bisnis dengan membangun sebuah sistem informasi promosi penjualan. Dalam bisnis ini dilakukan penjualan produk seperti, berbagai macam kebutuhan *fashion* wanita, mulai dari baju, celana, rok, jilbab, aksesoris dan lain-lain. Sebelum mengenal internet para penjual hanya mengiklankan perusahaan melalui mulut ke mulut, penyebaran brosur, dan surat kabar sehingga hanya sedikit orang yang mengenalnya. Kini dengan hadirnya internet, kita dapat melakukan bisnis lebih mudah (Siregar, 2018).

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan (Syahputra et al., 2019). Bagi konsumen, Informasi seputar produk atau jasa menjadi suatu pertimbangan untuk memutuskan memilih atau tidaknya suatu produk, sehingga promosi sangat penting bagi kelangsungan bisnis yang dijalankan. Promosi memerlukan dukungan alat atau media sebagai sarana promosi agar hasil yang

diinginkan sesuai harapan. Sarana promosi yang dimaksud berupa teknologi informasi. Salah satu teknologi informasi yang dimanfaatkan pebisnis saat ini adalah internet.

Penggunaan internet sudah banyak digunakan di Indonesia, dari tahun ketahun sampai saat penelitian ini dibuat, pengguna internet di Indonesia semakin bertambah, disebabkan beberapa faktor, seperti infrastruktur internet yang cepat dan merata, belajar online, keperluan bisnis, serta sarana berbagai konten hiburan yang dapat dinikmati pengguna. Hal ini diperkuat dengan Gambar Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia sebagai berikut :



Sumber: APJII 2023

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia

Merujuk pada hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, menunjukkan bahwa dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta orang, ada 215,63 juta orang yang menggunakan internet atau berkisar 78,19% dari total populasi. Pengguna tahun ini dari tahun sebelumnya juga bertambah sekitar 5,6 juta orang atau berkisar 2,67%(APJII, 2023). Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat diketahui banyak rakyat Indonesia telah menggunakan teknologi informasi internet ini. Di Indonesia hampir semuanya menggunakan *smartphone*, komputer atau laptop dalam memanfaatkan Internet. Hal ini membuat pengguna internet dengan pengguna internet lainnya dapat saling berinteraksi

Internet banyak dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pemasaran dalam suatu bisnis, dengan adanya dukungan internet yang dapat diakses orang dimana saja, maka perusahaan yang ingin mempromosikan produknya kepada pelanggan perlu membuat suatu *website*. *Website* merupakan kumpulan informasi yang berbentuk teks, animasi, gambar, suara dan video atau gabungan dari semuanya yang dapat diakses dan terkoneksi dengan internet, sehingga dapat dilihat oleh seluruh siapapun yang terkoneksi jaringan internet (Sari, 2019). Manfaat dari *website* pada perusahaan adalah dapat menyajikan informasi seputar perusahaan secara detail, dapat memasarkan produk dan jasa, menaikkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen, informasi tentang perusahaan lebih mudah dicari oleh pelanggan, dan lain sebagainya. Kegunaan dari *website* sangatlah banyak, untuk itu suatu perusahaan perlu menjadikan *website* sebagai sarana untuk promosi.

Website dapat digunakan diberbagai bidang dalam bisnis. Salah satunya yaitu bisnis di bidang *fashion*. Bidang *fashion* dapat dikatakan sebuah bisnis yang menjanjikan, dikarenakan *fashion* merupakan kebutuhan primer yang semakin

berkembang dalam dunia industri, daya dukung informasi dan teknologi, gaya berbusana yang menunjukkan eksistensi seseorang dalam komunitasnya. Sehingga membuat *fashion* selalu berkembang dan juga diminati sampai kapanpun tinggal bagaimana menerapkan strategi-strategi bisnis agar perusahaan mampu bertahan dengan pesaing-pesaing yang juga mendirikan usaha di bidang *fashion*.

Di era modern ini, yang hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan internet, perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* seharusnya mengambil langkah cepat dengan memanfaatkan kondisi yang ada, yaitu dengan mempromosikan produknya ke dalam sarana promosi, tetapi masih banyak toko *fashion* yang melakukan promosi masih melalui media *offline* seperti pamflet di depan toko.

Toko *fashion* Nobby Muara Bungo sudah menggunakan sarana promosi, seperti media sosial atau *marketplace*, namun hal ini juga masih kurang dalam memperluas jangkauan untuk mendapat pelanggan baru dan mencapai target penjualan, dikarenakan beberapa alasan seperti sulitnya bersaing dengan brand-brand besar dan produk yang sulit ditemukan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari table data penjualan Toko Nobby Muara Bungo pada tahun 2023, sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Penjualan Toko Nobby Muara Bungo Tahun 2023

Bulan	Nilai Penjualan (omset)	Target Penjualan (omset)	Persentase Target Penjualan	Nilai Penjualan Online
Januari	Rp. 63.032.000	Rp. 100.000.000	63,03 %	Rp. 2.018.000
Februari	Rp. 76.628.000	Rp. 100.000.000	76,62 %	Rp. 2.342.000

Bulan	Nilai Penjualan (omset)	Target Penjualan (omset)	Persentase Target Penjualan	Nilai Penjualan Online
Maret	Rp. 125.465.000	Rp. 150.000.000	83,64 %	Rp. 2.620.000
April	Rp. 493,742.000	Rp. 500.000.000	98,74 %	Rp. 3.472.000
Mei	Rp. 62.830.000	Rp. 100.000.000	62,83 %	Rp. 1.820.000

Sumber : Nobby Muara Bungo

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa penjualan di toko Nobby Muara Bungo pada tahun 2023 ini selalu tidak mencapai target penjualan setiap bulanya, di dapat juga data nilai penjualan online yang hanya sedikit menunjukkan kurang efektifnya promosi dan penjualan toko Nobby Muara Bungo secara online.

Pendapat mengenai pentingnya *website* promosi toko *fashion* juga muncul dari salah satu *supervisor* toko *fashion* yang ada di Muara Bungo (Nobby Muara Bungo) adalah sebagai berikut :

“Menurut saya *website* sebuah brand atau toko *fashion* untuk melakukan promosi itu sangat penting, karna kami sudah coba pasarkan dan promosikan di sosial media atau *marketplace* juga, tapi toko ini masih tidak berkembang dengan baik, bahkan tidak laku, pendapatan yang kami dapatkan dari berjualan *online* sangat rendah sedangkan minat konsumen untuk belanja di toko *offline* sekarang mulai sedikit berkurang” (Yulia Rahma Yola, 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dalam penelitian ini penulis mengangkat sebuah topik yang bertujuan untuk merancang sebuah sistem informasi berbasis web sebagai media promosi dan penjualan. Berdasarkan hal diatas, maka

penulis memberi judul : **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PAKAIAN MUSLIM WANITA BERBASIS WEB PADA TOKO NOBBY MUARA BUNGO MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat penulis ambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sistem informasi untuk media promosi dan penjualan produk guna meningkatkan persaingan pasar dan mendapatkan keuntungan?
2. Bagaimana membuat proses bisnis yang awalnya dilakukan masih konvensional dan unsur-unsur yang terlibat di dalamnya menjadi lebih efisien?
3. Bagaimana sistem yang akan dirancang dapat meningkatkan penjualan pada berbagai produk pada Nobby Muara Bungo?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka didapat hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan adanya perancangan sistem informasi ini diharapkan Nobby Muara Bungo dapat mempromosikan serta dapat menjual produknya dengan lebih baik lagi, meningkatkan pendapatan, dan membuat membuat produknya lebih dikenal luas.

2. Dengan adanya perancangan sistem informasi promosi penjualan ini diharapkan pengguna mengetahui cara promosi yang lebih baik melalui sistem yang dirancang nantinya.
3. Diharapkan dengan dirancangnya sistem informasi promosi penjualan dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi bisnis pada toko Nobby Muara Bungo.

1.4 Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak menyimpang dari maksud dan tujuan penelitian juga mengingat luasnya permasalahan, maka perlu pembatasan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini berfokus pada promosi.
2. Sistem pembayaran dan pengiriman barang pada penelitian ini dilakukan di luar sistem.
3. Ruang lingkup sistem ini terbatas digunakan hanya untuk toko Nobby Muara Bungo.
4. Pengujian sistem menggunakan server lokal (*localhost*) dengan bantuan XAMPP.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk merancang sistem informasi promosi dan penjualan berbasis web yang berguna sebagai alat bantu perusahaan untuk promosi dan penjualan pada toko

Nobby Muara Bungo agar produknya menjangkau orang banyak dan meningkatkan penjualan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa :
 - a. Menambah pengalaman dan wawasan dalam bidang ilmu sistem informasi pengolahan data, promosi, dan penjualan menggunakan Bahasa Pemograman PHP dan Database MySQL.
 - b. Menambah pengalaman dan wawasan penulis membuat Sistem Informasi.
 - c. Sebagai sarana penulis untuk mengembangkan wawasan di bidang Ilmu Komputer.
2. Bagi toko Nobby Muara Bungo:
 - a. Membantu pihak perusahaan untuk mengembangkan produknya dengan melakukan promosi dan penjualan sehingga peroduknya banyak dikenal olah orang lain dan menigkatkan penjualan.
 - b. Memberikan kemudahan pada perusahaan untuk menawarkan produknya melalui *online* berbasis web.
 - c. Membantu target perusahaan dalam persaingan promosi dan penjualan produk-produknya sehingga lebih dikenal oleh masyarakat yg berdampak pada pendapatan perusahaan.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tinjauan umum disini membahas tentang sejarah berdirinya toko, struktur, beserta tugas dan wewenang, Berikut pembahasannya :

1.7.1 Sejarah Tentang Nobby Muara Bungo

Nobby Muara Bungo berdiri sejak tahun 2018 yang sudah beroperasi 5 tahun yang bertempat di Jl. Prof. Moh. Yamin, Bungo Barat, ps Muara Bungo, Kabupaten Muara Bungo. Usaha toko pakaian ini menyediakan berbagai macam kebutuhan wanita, mulai dari baju, celana, rok, jilbab, aksesoris, dan lain-lain.

1.7.2 Struktur Organisasi

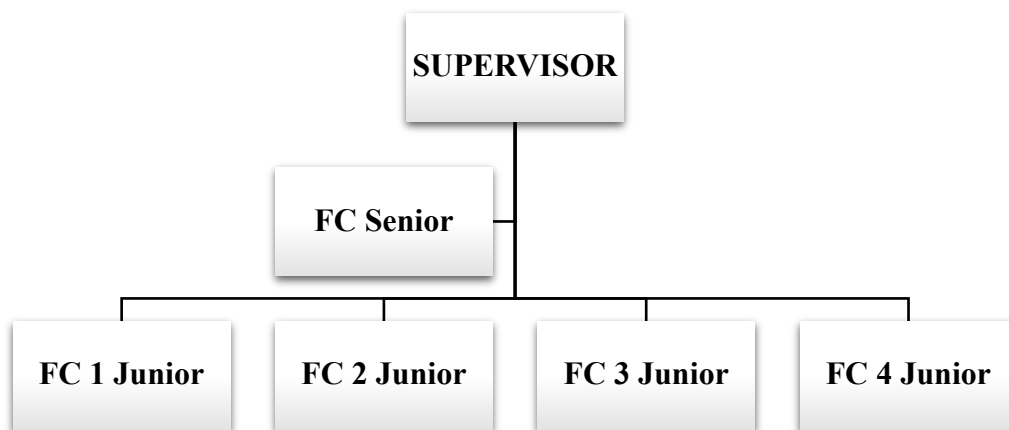
Struktur organisasi merupakan sebuah susunan pembagian unit-unit kerja dengan tugas atau kegiatan kerja yang berbeda kemudian disatukan. Selain itu, struktur organisasi juga menggambarkan pemisahan kegiatan pekerjaan antara satu dengan yang lainnya. Pada umumnya struktur organisasi digambarkan pada bentuk bagan yang dinamakan bagan organisasi.

Struktur Organisasi menetapkan cara bagaimana tugas dan pekerjaan dibagi, dikelompokkan dan dikoordinir secara formal. Pernyataan ini mengacu pada enam unsur kunci yang terdiri dari elemen-elemen spesialisasi pekerjaan, departementalisasi, rantai komando, rentang kendali, sentralisasi dan desentralisasi serta formalisasi). Struktur organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem atau jaringan kerja terhadap tugas – tugas, sistem pelaporan dan komunikasi yang menghubungkan secara bersama pekerjaan individual dengan kelompok.

Bagan organisasi yaitu gambar rancang suatu struktur organisasi secara formal. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan pada Nobby Muara Bungo gambaran mengenai struktur organisasi dapat digambarkan. untuk lebih jelasnya dapat dilihat skema.

Adapun gambar struktur organisasi Nobby Muara Bungo dapat dilihat pada gambar 1.2 :

STRUKTUR ORGANISASI NOBBY MUARA BUNGO



Sumber Nobby Muara Bungo

Gambar 1.2 Struktur Organisasi

1.7.3 Tugas Dan Tanggung Jawab

Berdasarkan gambar struktur organisasi di atas maka dapat dilihat pembagian tugas masing-masing bagian dan juga ada hubungan atau kerja sama dari bagian-bagian tersebut yaitu :

1. Supervisor

Orang yang bertanggung jawab atas segala kegiatan usaha yang ada pada Toko atau perusahaan dan melakukan pengecekan stok barang pada gudang , memimpin , mengawasi serta mengendalikan semua

pelaksanaan tugas termasuk mencatat buku keuangan seperti pemasukan dan pengeluaran.

2. FC (*fashion crew*) Senior

Memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengarahkan, atau mengkoordinasikan Fc Junior untuk meningkatkan pendapatan toko.

3. FC (*fashion crew*) Junior

Melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas nya masing-masing seperti menjaga kasir, menjaga toko, memindahkan produk, dan lain-lain.