

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi adalah suatu proses dari mulai mendapatkan data hingga mengolah dan menganalisis data tersebut hingga tersimpan dengan berbagai cara untuk membuat atau menghasilkan informasi yang berkualitas. Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat lah pesat dan cepat termasuk di indonesia itu sendiri. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan suatu hal. Teknologi informasi ini sudah banyak digunakan untuk memproses, mengolah data, menganalisis data untuk menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas, dan akurat. Teknolgi infromasi sudah banyak digunakan di lembaga pemerintahan atau pun perusahaan swasta dan institusi lainnya. Perkembangan teknologi informasi ini pun telah membuka babak baru di lingkungan masyarakat, termasuk di dunia bisnis, saat ini para *entrepreneur* memanfaatkan teknologi informasi ini untuk perkembangan bisnisnya itu sendiri (Farhatun Nisaul Ahadiyah 2023).

Bisnis adalah suatu kegiatan menjual dan membeli suatu barang dalam memenuhi kebutuhan manusia yang tujuannya mencari sebuah keuntungan. Dalam sebuah organisasi, bisnis didukung oleh manajemen strategi dan operasional teknologi informasi. Ini berarti merencanakan, menerapkan, dan menjaga sistem, proses, dan infrastruktur teknologi informasi agar penggunaannya efisien dan efektif dalam mencapai tujuan bisnis. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi penjualan dan pemasaran yang tepat untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk atau layanan (Suwarso 2019).

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang memiliki arti adalah jenderal. Secara harfiah kata ini telah mengacu pada puncak dalam manajemen organisasi. Strategi adalah dimana penempatan misi sebuah perusahaan ditetapkan pada sasaran organisasi dengan cara mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan dalam sebuah kebijakan dan strategi dalam mencapai sasaran dan memastikan pengimplementasian secara tepat (Viantika, Siregar, and Nurbaiti 2021).

Strategi penjualan adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan (Sugesti 2019).

Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan atau cara-cara yang dilakukan oleh unit bisnis untuk mencapai sasaran yang didalamnya tercantum keputusan-keputusan hasil dari pemikiran perorangan maupun bersama. Strategi pemasaran sangat berpengaruh sekali terhadap usaha perusahaan dalam peningkatan volume penjualan. Apabila strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan tersebut berjalan dengan baik, maka volume penjualan pun akan meningkat. Pada umumnya tujuan penjualan dapat dicapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang direncanakan (Hulu, Dakhi, and Zalogo 2021).

Toko Aci merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang retail, khususnya bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari. Toko Aci masih menggunakan metode manual dalam operasionalnya. Pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan, personalisasi, dan pengukuran efektifitasnya.

Oleh karena itu, strategi penjualan dan pemasaran yang efektif menjadi kunci utama untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan mempertahankan pangsa pasar yang baik. Dalam konteks ini, diperlukan pendekatan yang terintegrasi dan efisien dalam mengelola aspek-aspek tersebut. Dengan kemajuan teknologi informasi, implementasi sistem informasi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi Toko Aci. Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam mengelola strategi penjualan dan pemasaran di gunakan metode *Weighted Product*. Sistem ini akan memungkinkan Toko Aci untuk melakukan analisis yang lebih baik terhadap preferensi dan perilaku pelanggan, mengidentifikasi tren penjualan, dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Selain itu, dengan adopsi sistem informasi berbasis web, Toko Aci juga dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui platform online, seperti promosi produk, program loyalitas, dan layanan pelanggan yang lebih baik. Hal ini akan membantu Toko Aci untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya, meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Sistem Pendukung Keputusan (SPK) merupakan suatu sistem dimana bisa mengambil sebuah keputusan, yang kita tahu sebuah keputusan biasanya memiliki sesuatu hasil yang akan berdampak pada setelahnya, baik positif ataupun negatif, oleh karena itu dalam membuat suatu sistem penunjang keputusan pun menjadi sebuah pilihan, dalam membangun sebuah Sistem Penunjang Keputusan nantinya, Sistem penunjang keputusan juga bisa merujuk pada sistem berbasis komputer guna ditujukan pengambilan keputusan memanfaatkan model data tertentu sehingga dapat memecahkan sebuah persoalan yang tidak terstruktur (Dwi Lestari and Widjaja 2022). Metode yang dapat diterapkan adalah metode *Weighted Product*,

yang merupakan salah satu teknik pengambilan keputusan multi-kriteria yang digunakan untuk memilih alternatif terbaik dari sejumlah alternatif yang ada dengan mempertimbangkan faktor yang relevan. Metode *Weighted Product* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah *Multiple Attribute Decision Making* (MADM). *Multiple Attribute Decision Making* (MADM) adalah suatu metode yang digunakan untuk mencari alternatif optimal dari sejumlah alternatif dengan kriteria tertentu. Dalam metode *Weighted Product* sebelum melakukan perkalian nilai setiap atribut dilakukan normalisasi terlebih dahulu. Nilai bobot yang bersifat keuntungan (*benefit*) maka nilai pemangkatannya positif sedangkan yang bersifat biaya (*cost*) pemangkatannya negatif (Kuswanto et al. 2023). Oleh sebab itu dibuatlah sistem yang dapat memberikan rekomendasi untuk membantu proses menentukan keputusan dengan berbagai kriteria agar dapat memberikan keputusan. Adapun metode yang digunakan yaitu metode *Weighted Product* untuk meningkatkan strategi penjualan dan pemasaran pada sebuah entitas bisnis. Dengan menerapkan metode *Weighted Product* dalam pengambilan keputusan, Toko Aci lebih mudah mengembangkan bisnisnya melalui strategi penjualan dan pemasaran.

Diharapkan dengan adanya penerapan metode tersebut, dapat membantu Toko Aci untuk mengembangkan bisnisnya sehingga dapat meningkat dan berkembang lebih baik lagi, oleh karena itu, maka penulis telah berkeinginan untuk melakukan suatu penelitian untuk tugas akhir dengan judul: **“PERANCANGAN IT BUSSINES MANAGEMENT DALAM UPAYA MENINGKATKAN STRATEGI PENJUALAN DAN PEMASARAN PADA TOKO ACI MENGGUNAKAN METODE WEIGHTED PRODUCT BERBASIS WEB”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas dapat di rumuskan masalah yang di hadapi yaitu :

1. Bagaimana integrasi sistem informasi berbasis web dengan metode *Weighted Product* dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya dan efektivitasnya strategi penjualan serta pemasaran di Toko Aci?
2. Apa saja faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam merancang Sistem Pendukung Keputusan (SPK) menggunakan metode *Weighted Product* untuk mendukung pengambilan keputusan strategi terkait peningkatan penjualan dan pemasaran pada Toko Aci?
3. Bagaimana dampak penerapan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) berbasis metode *Weighted Product* terhadap peningkatan pangsa pasar, retensi pelanggan, dan profitabilitas Toko Aci?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka penulis mencoba untuk mengungkapkan hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan bahwa implementasi sistem informasi berbasis web dengan metode *Weighted Product* akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas strategi penjualan dan pemasaran pada Toko Aci.
2. Diharapkan terdapat hubungan positif antara implementasi sistem informasi berbasis web dengan metode *Weighted Product* dan peningkatan volume penjualan produk di Toko Aci.

3. Diharapkan penerapan sistem informasi berbasis web dengan metode *Weighted Product* akan menghasilkan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap Toko Aci.

1.4 Batasan Masalah

Tulisan ini menerapkan batasan-batasan terhadap sistem yang akan diteliti agar tidak terjadi penyimpangan dalam proses pembuatannya. Adapun batasan masalah penelitian yang diambil antara lain:

1. Fokus pada implementasi metode *Weighted Product* berbasis web dalam meningkatkan strategi penjualan dan pemasaran di Toko Aci.
2. Penelitian ini terbatas pada penerapan teknologi informasi dalam konteks manajemen bisnis, khususnya pada aspek penjualan dan pemasaran.
3. Penelitian ini tidak membahas aspek lain dari manajemen bisnis di Toko Aci selain strategi penjualan dan pemasaran yang ditingkatkan melalui metode *Weighted Product*.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang integrasi teknologi informasi dalam strategi penjualan dan pemasaran bisnis, khususnya dalam konteks penggunaan metode *Weighted Product* berbasis web.
2. Meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas strategi penjualan serta pemasaran di Toko Aci melalui penerapan sistem informasi berbasis web.

3. Memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen bisnis dan teknologi informasi, serta menawarkan solusi praktis yang tepat di implementasikan dalam konteks bisnis nyata.

1.6 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dapat memberikan manfaat dan juga kontribusi dalam ilmu pengetahuan serta memiliki nilai yang bermanfaat baik bagi peneliti, pihak Toko Aci dan juga para pembaca setelah dilakukannya penelitian ini, berikut manfaat-manfaat tersebut:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu:

- 1) Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang integrasi teknologi informasi dalam strategi penjualan dan pemasaran bisnis. Hal ini akan meningkatkan kompetensi dan keahlian peneliti di bidang manajemen bisnis dan teknologi informasi.
- 2) Menyusun tugas akhir dengan judul ini akan memberikan peneliti pengalaman dalam melakukan penelitian praktis yang melibatkan studi kasus dan implementasi teknologi informasi dalam konteks bisnis nyata.
- 3) Penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi pada pengetahuan di bidang manajemen bisnis dan teknologi informasi, terutama dalam mengembangkan strategi penjualan dan pemasaran yang efektif menggunakan metode *Weighted Product*.

2. Manfaat Bagi Toko Aci

Manfaat penelitian ini bagi Toko Aci:

- 1) Implementasi sistem informasi berbasis web dan metode *Weighted Product* akan membantu Toko Aci dalam meningkatkan efisiensi operasionalnya, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasionalnya.
- 2) Dengan menggunakan teknologi informasi untuk mengoptimalkan strategi penjualan dan pemasaran, Toko Aci akan menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar dan lebih mampu bersaing dengan pesaingnya.
- 3) Strategi penjualan dan pemasaran yang lebih efektif akan membantu Toko Aci untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.
- 4) Dengan adanya sistem pendukung keputusan berbasis metode *Weighted Product*, manajemen Toko Aci akan mendapatkan rekomendasi keputusan yang lebih tepat dan terukur, yang akan membantu dalam mengambil keputusan strategi yang lebih baik.

3. Manfaat Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca:

- 1) Pembaca akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana teknologi informasi dapat diintegrasikan dalam strategi penjualan dan pemasaran bisnis untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan.
- 2) Pembaca akan mendapatkan wawasan tentang metode *Weighted Product* sebagai salah satu teknik pengambilan keputusan multi-kriteria yang efektif dalam konteks bisnis.

- 3) Penelitian ini juga dapat memberikan pembaca wawasan tentang strategi penjualan dan pemasaran yang efektif dalam konteks bisnis retail, yang dapat diterapkan dalam konteks bisnis mereka sendiri atau sebagai bahan referensi untuk penelitian dari pengembangan lebih lanjut.

1.7 Gambaran Umum Toko Aci

Toko Aci menghadapi tantangan operasional dengan penggunaan metode manual, yang membatasi jangkauan, personalisasi, dan pengukuran efektivitas. Dengan mengadopsi metode *Weighted Product* berbasis web, toko dapat meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih baik.

1.7.1 Sejarah Toko Aci

Toko aci merupakan usaha milik keluarga yang didirikan pertama kali oleh Bapak Suhaimin pada tahun 1994. Toko aci ini berada di Jl. M Yunus, Lubuk Lintah, Kecamatan Kuranji, Kota Padang.

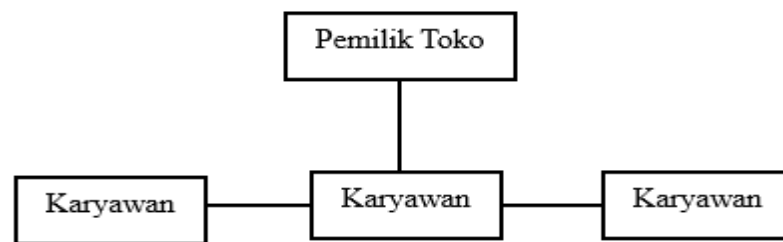
Toko Aci ini menjual bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari contohnya seperti beras, gula, minyak goreng, mie instan, telur, dan produk-produk lainnya. Toko Aci ini buka setiap hari dari jam 08.00 pagi sampai jam 17.00 sore.

1.7.2 Struktur Organisasi Toko Aci

Struktur organisasi adalah gambaran dari serangkaian tugas yang bertujuan agar semua karyawan yang ada dalam suatu organisasi dapat bekerja sama supaya tujuan perusahaan bisa tercapai. Struktur organisasi setiap perusahaan berbeda tergantung pada jenis dan besarnya perusahaan serta faktor lainnya.

Oleh sebab itu dalam merancang suatu struktur organisasi haruslah disesuaikan dengan kondisi perusahaan dan jumlah karyawannya serta yang paling

penting struktur organisasi harus menggambarkan garis wewenang dan pertanggung jawaban yang jelas antara bagian-bagian yang ada dalam organisasi tersebut. Adapun struktur organisasi pada Toko Aci dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini:



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Pada Toko Aci

1.7.3 Tugas Dan Wewenang

Adapun tugas dan wewenang tiap-tiap bagian adalah:

1. Pemilik Toko

Sebagai pemilik toko, kekuasaan dalam pengambilan keputusan strategis, menetapkan kebijakan perusahaan, dan mengelola keuangan merupakan tanggung jawab utama. Bertanggungjawab juga atas pengelolaan stok, personel, strategi pemasaran, dan kebutuhan terhadap regulasi.

Tugas dari pemilik toko adalah:

- a. Mengelola persediaan barang dagangan.
- b. Mempromosikan toko dan menarik pelanggan.
- c. Mengatur keuangan dan arus kas.
- d. Mengawasi operasi harian toko.
- e. Menjaga kepuasan pelanggan.

2. Karyawan

Karyawan merupakan seseorang yang bekerja untuk sebuah perusahaan atau organisasi dengan menerima gaji atau upah sebagai imbalan atas pekerjaannya. Adapun tugas dari karyawan adalah:

- a. Melayani pelanggan.
- b. Merapikan dan menata barang.
- c. Mengelola persediaan.
- d. Menjaga kebersihan dan kerapihan toko.
- e. Mengoperasikan kasir.