

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa pengaruh dan perkembangan yang sangat besar pada kehidupan industri. Industri dalam mencapai tujuan sangat tergantung pada ketepatan manajemen dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi industri di masa sekarang ini adalah pendistribusian dan promosi. Hal ini disebabkan produk yang kurang dipromosikan akan mempengaruhi penjualan sebuah UMKM karena kesadaran merek (*brand awareness*) produk tersebut tidak melekat dalam benak masyarakat sebagai calon pelanggan (Jennifer, 2021). Oleh karena itu, industri harus memperhatikan faktor pemasaran, terutama sifat produk, harga, lokasi, dan promosi, guna memperlancar arus barang dari tempat produksi sampai ke konsumen. Salah satu faktor terpenting adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang digunakannya.

Banyak industri tidak dapat mencapai sasaran penjualan hanya karena tidak tepatnya saluran distribusi yang digunakan. Kemampuan calon pelanggan untuk mengenali atau mengingat suatu produk tertentu merupakan pengertian dari *brand awareness* (Permatasari dkk., 2021). Selain itu, kurangnya informasi atau pengetahuan masyarakat akan suatu produk dapat berpengaruh terhadap minat pembelian ulang (*purchase intention*) produk tersebut (Jennifer, 2021). Salah satu bentuk strategi pemasaran yang harus dirancang dengan sangat baik oleh perusahaan agar dapat memenangkan persaingan dan dapat membuat konsumen memilih untuk membeli produk yang ditawarkan (Winasis dkk., 2022). Ruang lingkup pemasaran dapat dipraktekkan di internet mulai dari produk atau jasa

disiapkan, dipromosikan, dibeli dan didistribusikan serta dilayani. Elektronik marketing merupakan media yang digunakan untuk meningkatkan pemasaran secara *online* dimana konsep elektronik multiflatform hampir sama dengan pemasaran secara tradisional, yang membedakannya adalah media seperti *website* (Surmayanti dkk., 2020). Distribusi atau penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya fisik tetapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli oleh konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan guna memperoleh keuntungan yang maksimal. Salah satu diantaranya adalah dengan usaha memperlancar arus penjualan barang sesuai dengan sistem pendistribusian. Karena lancar tidaknya pemasaran barang tergantung tepat tidaknya kebijaksanaan dari pimpinan industri dalam menemukan saluran distribusi yang tepat.

Dapat dilihat bahwa persaingan yang terjadi dalam memasarkan produk dakak-dakak di Batusangkar sangat ketat, karena di Batusangkar inilah yang menjadi pusat oleh-oleh khas Sumatra Barat yang berada di jalan Raya Padang Panjang-Batusangkar No.12, Simabur, Kec. Pariangan, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, sehingga terdapat cukup banyak usaha sejenis. Pengembangan usaha industri dakak-dakak dengan skala usaha kecil menengah memiliki prospek yang cukup baik, selain proses pembuatan dakak-dakak yang mudah, potensi pasarnya pun sangat mendukung. Dengan demikian usaha ini dapat dilakukan dalam skala industri rumah tangga. Bahan dan alat yang digunakan pun mudah diperoleh.

Dengan adanya pemasaran yang baik di dalam sebuah industri, maka volume penjualan akan stabil atau meningkat, serta produk yang tidak terjual atau sisa

produk yang diakibatkan karena produk sudah kadaluarsa dapat ditekan sehingga bisa memperoleh laba yang lebih maksimal, terutama untuk suatu keadaan pasar yang penuh dengan persaingan seperti pada industri kecil. Di sini sangat terlihat sekali suatu bentuk pola pikir manusia yang semakin kritis yang menginginkan produk yang dibelinya bermutu, baik bentuk, dan harga yang terjangkau serta praktis dalam penggunaan dan sebagainya. Umumnya seorang konsumen akan lebih memilih suatu produk yang mutunya sesuai dengan seleranya, yang tahan lama dan membawa rasa puas dalam pemakaian atau penggunaan dan sebagainya.

Diharapkan dengan pemasaran yang baik, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang telah dihasilkan, dan pemasaran yang baik juga akan tercipta di dalam industri serta adanya spesialisasi produk merupakan bagian dari kemajuan industri. *Website* merupakan salah satu pemasaran online yang memiliki informasi yang berperan dalam pengambilan keputusan pelanggan, membantu mempromosikan, menyampaikan harga dan spesifikasi produk secara lebih detail yang dapat selalu diakses melalui *home page* menggunakan sebuah *browser* (Nurachmad & Cahyadi, 2021).

Sehingga dari permasalahan diatas penulis memberikan solusi kepada pihak Usaha Dakak-Dakak Ni Nun untuk menanggapi permasalahan yang ada pada dengan mengusulkan suatu sistem dengan usulan judul **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENDISTRIBUSIAN DAN PROMOSI DAKAK-DAKAK NI NUN BATUSANGKAR DENGAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dengan sistem yang dirancang dapat membantu proses pendistribusian dan promosi barang menjadi lebih luas sehingga pelanggan tidak perlu lagi datang ke toko untuk memesan barang?
2. Bagaimana perancangan sistem informasi distribusi barang pada toko Ni Nun yang dapat memenuhi kebutuhan akan informasi yang efektif dan efisien yang lebih baik dari sistem yang sudah ada?
3. Bagaimana dengan sistem yang dirancang dapat membantu proses pembuatan laporan dapat terlaksana dengan cepat tanpa adanya kesalahan dalam proses perhitungan laporan?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan dari uraian rumusan masalah yang ada maka penulis mengemukakan hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan sistem yang dirancang dapat membantu proses pendistribusian dan promosi barang menjadi lebih luas sehingga pelanggan tidak perlu lagi datang ke toko untuk memesan barang karena sistem yang dirancang telah berbasis *website* dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja.
2. Diharapkan dengan sistem yang dirancang dapat memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar tidak kebingungan dalam proses pemilihan barang karena di dalam sistem telah tertera semua

rincian barang yang dijual.

3. Dengan sistem yang dirancang dapat memberikan kemudahan dalam proses pembuatan laporan menjadi lebih cepat, tepat, dan akurat.

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan tugas akhir ini lebih terarah, penulis memberikan beberapa batasan dalam perancangan sistem. Sistem informasi yang dirancang hanya difokuskan pada proses pendistribusian barang dan promosi produk dakkak-dakkak yang tersedia di Toko Ni Nun. Sistem ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL sebagai media penyimpanan data. Untuk memastikan sistem berjalan sesuai fungsinya, metode pengujian yang digunakan adalah *black box*, yaitu dengan mengevaluasi *output* berdasarkan *input* yang diberikan, tanpa melihat struktur internal dari program. Pengujian ini dilakukan untuk menilai apakah sistem sudah berfungsi dengan baik dan mencapai kinerja yang optimal.

Selain itu, sistem ini juga memiliki batasan dari segi wilayah, yaitu hanya mencakup se-Indonesia. Artinya, seluruh layanan seperti pemesanan, pengiriman, dan promosi barang hanya berlaku untuk pelanggan yang berada di wilayah tersebut. Pengiriman barang dalam sistem ini menggunakan jasa ekspedisi seperti J&T atau layanan pengiriman pihak ketiga lainnya, yang dikelola langsung oleh pihak toko. Dari sisi pembayaran, sistem hanya menyediakan metode pembayaran melalui transfer bank BRI, dan belum mendukung metode pembayaran lain seperti COD atau e-wallet. Batasan-batasan ini ditetapkan agar pengelolaan sistem lebih terarah, mempermudah proses distribusi, menjaga kualitas pelayanan, serta sebagai langkah awal sebelum sistem dikembangkan lebih luas di masa mendatang.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang penulis lakukan pada toko Dakak-dakak Ni Nun adalah:

1. Membangun aplikasi sistem informasi pendistribusian dan pemasaran yang saling terintegrasi, sehingga proses bisnis menjadi lebih efektif dan efisien.
2. Merancang sistem informasi penjualan dan pemasaran yang dapat membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang terjadi pada Usaha Dakak-dakak Ni Nun yaitu pada masalah kurangnya promosi dan pendistribusian pada toko.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian yaitu:

1. Bagi usaha Dakak-dakak Ni Nun

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan pelanggan dalam proses belanja, selanjutnya dapat memberikan kemudahan kepada pihak toko dalam proses transaksi jual beli barang menjadi lebih terkontrol dengan baik.

2. Bagi Penulis

- a. Meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah.
- b. Sebagai sarana belajar untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dengan terjun langsung ke lapangan.

3. Bagi akademik

Memberikan tambahan pengetahuan dalam penelitian permasalahan yang terjadi dan cara mengatasi permasalahan yang timbul serta sebagai

referensi bagi peneliti lainnya.

1.7 Tinjauan Umum

Pada tinjauan umum toko merupakan sejarah dan profil singkat dari objek penelitian yang diangkat. Dengan menjelaskan secara singkat dari toko tersebut.

1.7.1 Sejarah singkat toko dakak-dakak Ni Nun

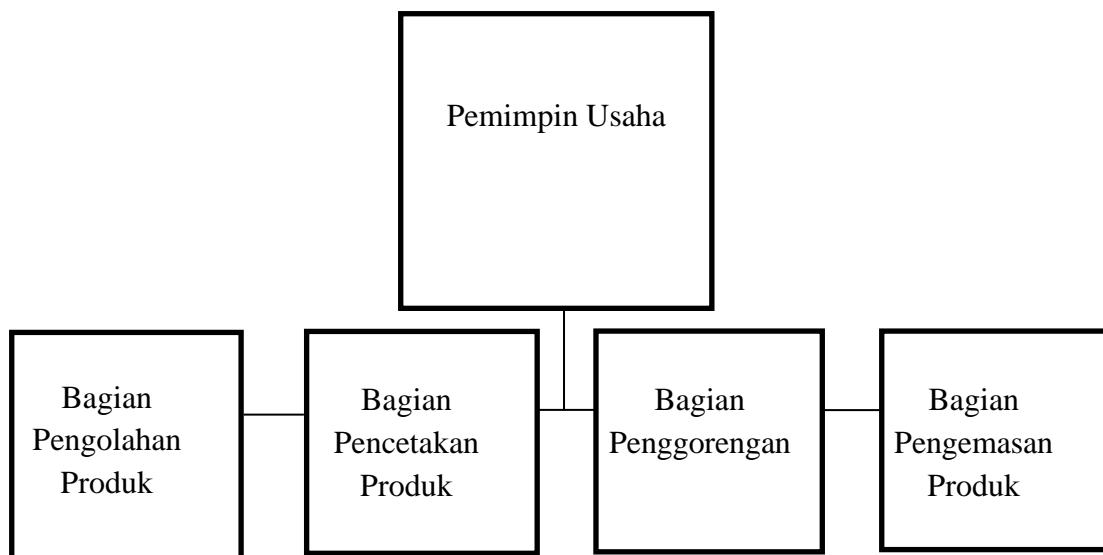
Dakak-Dakak Ni Nun adalah sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM) yang berdiri pada tahun 1989 dan bergerak dibidang produksi sekaligus memasarkan produknya kepada konsumen. Dakak-Dakak Ni Nun ini merupakan usaha yang sudah turun temurun. Pemberian nama pada Usaha Dakak-Dakak Ni Nun diambil dari nama pemilik usahanya yaitu ibu Nurjanah. Ibu Nurjanah telah mengelola usaha ini selama 32 tahun. Dakak-Dakak Ni Nun merupakan usaha yang cukup produktif dalam menghasilkan produk jadi, dikarenakan usaha ini terus beroperasional apalagi pada saat lebaran.

Salah satu makanan tradisional yang cukup sederhana adalah Dakak-Dakak yang berasal dari Batusangkar yaitu Dakak-Dakak Ni Nun. Proses pembuatan makanan ini cukup sederhana yaitu dengan menggunakan batok kelapa untuk dijadikan cetakannya. Usaha Dakak-Dakak Ni Nun tidak hanya memproduksi dan memasarkan Dakak-Dakak saja, ada makanan yang khas dan menarik lainnya seperti Kue Bungo Durian, Karupuak Lado, Kue Karambia, Kue Bawang, Kembang Loyang, dan juga beberapa Kerupuk Sanjai. Keberadaan UMKM ini salah satu usaha makanan tradisional yang memiliki ciri khas rasa yang gurih, manis dan renyah. Untuk pemasarannya tidak hanya dilakukan di Batusangkar saja tetapi dipasarkan ke berbagai tempat, seperti Bukittinggi, Padang dan Payakumbuh.

1.7.2 Struktur Organisasi Toko Dakak-Dakak Ni Nun

Dalam sebuah usaha tentunya pasti memiliki struktur organisasi didalamnya, demi kelancaran suatu tersebut. Struktur usaha tersusun sesuai posisinya masing-masing berdasarkan kemampuan yang berbeda-beda tergantung jenis bidang pekerjaan usaha tersebut. Struktur usaha akan berjalan semestinya sesuai dengan posisi bidang pekerjaan. Berikut struktur organisasi Toko Dakak-Dakak Ni Nun:

Struktur Organisasi Toko Dakak-Dakak Ni Nun



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko Dakak-Dakak Ni Nun

(Sumber: *Toko Dakak-Dakak Ni Nun*)

1.7.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing struktural organisasi yang ada di Toko Dakak-Dakak Ni Nun adalah:

1. Pemimpin Usaha

Pemimpin usaha memiliki tugas untuk menentukan peraturan yang berlaku, menetapkan standar yang berkualitas, membuat strategi promosi

dan mengambil keputusan. Pemilik pada sebuah UMKM ini yaitu Nur Janah.

2. Bagian Pengelolaan Produk

Tugas dari bagian pengolahan produk yaitu mengolah adonan yang akan dibuat. Seperti menyiapkan tepung untuk adonan, merendang tepung dan melakukan pengolahan lainnya.

3. Bagian Pencetakan Produk

Pada bagian pencetakan produk ini dilakukan oleh beberapa karyawan yang telah ditugaskan untuk melakukan pencetakan produk yang dihasilkan.

4. Bagian Penggorengan

Pada ada bagian penggorengan dilakukan oleh beberapa karyawan yang sudah ditugaskan dan yang telah ahli dalam penggorengan agar teksturnya tidak berubah-ubah.

5. Bagian Pengemasan Produk

Pada bagian pengemasan produk dilakukan oleh beberapa karyawan untuk mengemas produk yang akan dipasarkan dan dikirimkan ke beberapa daerah.