

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet saat ini merupakan sebuah media yang banyak bermanfaat bagi kehidupan masyarakat, khususnya dalam dunia bisnis. Penggunaan internet dalam dunia bisnis di Indonesia saat ini meningkat secara drastis selama beberapa tahun. *Website* merupakan sebuah media yang menyediakan berbagai informasi yang tersedia di internet. *Website* tidak hanya dapat digunakan untuk penyebaran informasi saja melainkan bisa digunakan untuk membuat toko *online* maupun bisnis *online* lainnya.

Pesatnya persaingan bisnis saat ini menuntut pelaku bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan pasar maupun keinginan dari pasar. Suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya harus efektif menjalankan konsep pemasaran agar keuntungan yang diharapkan dapat terealisasi dengan baik. Ini menandakan bahwa kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasi dan dikelola dengan cara yang lebih baik (Yusuf & Herry, 2018).

Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di Internet. Sebuah halaman *web* adalah dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang hampir selalu bisa diakses melalui *HTTP*, yaitu *protokol* yang menyampaikan informasi dari *server*

website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua *publikasi* dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar (Trimarsiah & Arafat, 2017).

Halaman-halaman dari *website* akan bisa *diakses* melalui sebuah *URL* yang biasa disebut *Homepage*. *URL* ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah *hirarki*, meskipun, *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan. Beberapa *website* membutuhkan *subskripsi* (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut (Trimarsiah & Arafat, 2017).

Website biasanya akan tersedia sebuah informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi. Menurut *Global Web Index*, 62% pelanggan mengunjungi *website* hanya untuk mencari informasi mengenai merek maupun produk. Jadi, sebagai seorang pengusaha, ada baiknya mulai mempertimbangkan untuk membuat *website* sebagai media *branding* maupun promosi bisnis untuk menarik pelanggan baru (Widya, Novia, 2017).

Website memiliki manfaat lain untuk mengembangkan bisnis, seperti *branding*, media promosi, pengenalan produk atau merek, dan meningkatkan penjualan, serta memperluas informasi kepada masyarakat maupun pihak terkait. Namun, masih terdapat juga perusahaan yang belum memanfaatkan teknologi *website* dalam mendukung fungsi pemasarannya (Andrianof, Harkamsyah, 2018). Salah satu dari perusahaan ini adalah Mk Karya.

Mk Karya Lubuk Buaya merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kayu maupun kerajinan kayu seperti kusen, pintu maupun alat perabot rumah lainnya. Dalam hal ini, Mk Karya mempunyai kesulitan dalam mempromosikan dan memasarkan produknya agar bisa dikenal secara luas oleh para pelanggan, dimana sebelumnya masih menggunakan sistem manual seperti promosi melalui media cetak selebaran dan promosi dari orang ke orang. Kegiatan promosi seperti ini membutuhkan biaya yang cukup besar. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam mencapai target yang diinginkan. Pencatatan transaksi masih manual menggunakan buku dan microsoft excel.

Hal ini tentu menjadi masalah bagi Mk Karya dalam melakukan pengolahan data, diantaranya sering terjadinya kesalahan-kesalahan dalam proses perhitungan data barang per tahun dan banyaknya arsip yang tiap tahunnya meningkat. Tentunya akan mempersulit dalam proses pencarian yang mungkin saja membutuhkan waktu yang cukup lama untuk dapat menemukan data yang diperlukan.

Penjualan barang menggunakan sistem *online*, *customer* dapat melakukan transaksi penjualan barang tanpa adanya batasan waktu dan batasan tempat. Sehingga menekan permasalahan sulitnya pihak *customer* yang memiliki mobilitas tinggi untuk membeli barang. Hanya dengan bermodal layanan internet maka *customer* dapat melakukan transaksi kapan saja. Selain itu, dengan menggunakan sistem yang terkomputerisasi maka akan mengurangi resiko kehilangan data jika dibandingkan dengan menggunakan pencatatan di buku. Dari dasar permasalahan tersebut, maka dibangunlah sebuah *website* promosi dan pemesanan yang diharapkan dapat

membantu Mk Karya dalam menunjang tingkat pemesanan barang serta pengelolaan data yang masih menggunakan sistem manual menjadi sistem yang terkomputerisasi (Aris & Wina, 2017).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan analisa dan merancang suatu sistem dengan mengambil judul untuk skripsi ini yaitu: **“Perancangan Sistem Informasi Promosi dan Penjualan Toko Kayu atau Kerajinan Kayu Pada Mk Karya Lubuk Buaya Berbasis Website Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Php dan di Dukung Database MySQL”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan beberapa masalah antara lain:

- a. Bagaimana merancang suatu aplikasi yang dapat membantu dalam pemesanan kayu, kusen, pintu dan produk-produk yang di tawarkan pada Mk Karya Lubuk Buaya?
- b. Bagaimana merancang suatu aplikasi berbasis *website* yang dapat mempromosikan kayu, kusen, pintu dan produk-produk yang ada pada Mk Karya Lubuk Buaya?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, agar permasalahan menjadi lebih terarah, maka penulis memberikan batasan masalah dalam tugas akhir ini sebagai berikut :

1. *Website* yang dibuat hanya berupa informasi promosi dan pemesanan online kayu pada Mk Karya Lubuk Buaya.
2. *Website* ini diperuntukan untuk pelanggan Mk Karya Lubuk Buaya.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang sistem informasi yang dapat membantu Mk Karya Lubuk Buaya dalam mempromosikan kayu, kusen, pintu dan jendela.
2. Dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi produk yang di tawarkan Mk Karya Lubuk Buaya.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Membuat informasi menjadi lebih optimal dalam pengambilan keputusan bagi manajemen mengenai barang dan penjualan.

2. Manfaat Secara Umum

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6. Tinjauan Umum

Dalam tinjauan umum dalam perusahaan ini dapat dijelaskan bagaimana perusahaan berjalan dari waktu ke waktu mulai dari sejarah berdirinya toko hingga struktur manajemen toko.

1.6.1. Sejarah Berdirinya Mk Karya Lubuk Buaya

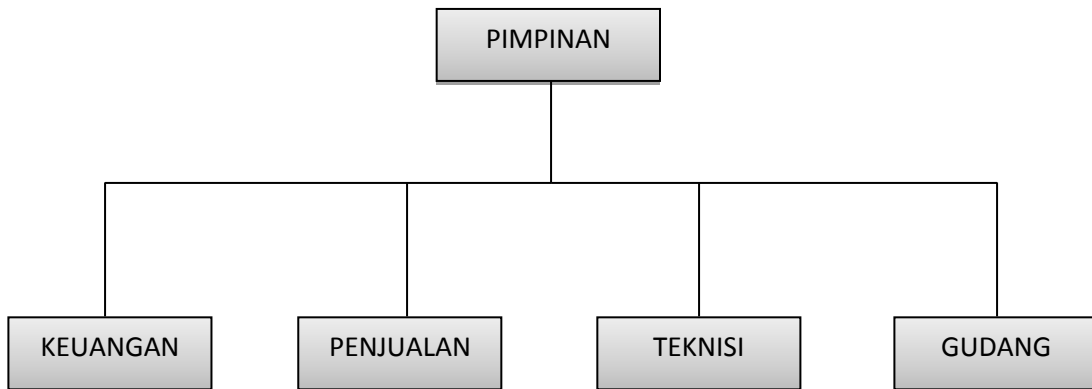
Mk Karya merupakan sebuah toko penyedia kayu, namun MK Karya juga menjual berbagai macam kusen, pintu dan jendela. Toko ini didirikan oleh Markis Katir pada tanggal 29 November tahun 1993. Toko kayu ini berada di Jalan Adinegoro, Lubuk Buaya, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat. Toko ini dipimpin langsung oleh Bapak Rino Eka Putra S.E putra dari Bapak Markis Katir dan dibantu oleh beberapa orang karyawan.

1.6.2. Struktur Organisasi Mk Karya Lubuk Buaya

Organisasi merupakan hal yang penting dalam menjalankan kegiatan perusahaan atau instansi untuk mencapai tujuan, karena tanpa organisasi tujuan tidak mungkin tercapai dengan baik. Apabila suatu organisasi pada perusahaan tersebut manajemennya tidak baik maka tujuan dari perusahaan juga tidak dapat tercapai

dengan baik. Tujuan dibentuknya struktur organisasi adalah untuk memudahkan penempatan karyawan dalam melakukan pembagian tugas.

Adapun struktur organisasi yang ada di Mk Karya Lubuk Buaya dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:



Sumber : Mk Karya (2020)

Gambar 1.1. Struktur Organisasi Mk Karya

1.6.3. Pembagian Tugas pada Mk Karya Lubuk Buaya

Aktifitas Pada Tiap Bagian :

1. Pimpinan

Tugas pimpinan adalah :

- Seorang pimpinan toko harus bisa berkomunikasi ke dalam maupun keluar organisasi.

- Menentukan harga penjualan.
- Menentukan beberapa besar biaya.
- Mengawasi kegiatan kerja bagian-bagian dan para bawahan dalam melaksanakan tugasnya.

2. Bagian penjualan

Bagian penjualan bertugas untuk menangani segala bentuk proses penjualan atau transaksi dengan pelanggan / pembeli.

3. Bagian gudang

Tugas bagian gudang adalah mengatur dan bertanggung jawab terhadap arus masuk dan keluar barang - barang dari supplier.

4. Bagian keuangan

Bagian keuangan bertugas sebagai pemegang keuangan dan membuat laporan keuangan toko.

5. Bagian teknisi

Bagian teknisi bertugas untuk merakit dan membuat kayu sesuai dengan pesanan konsumen.