

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

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.

Kemajuan teknologi yang pesat membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat. Hal ini menuntut sebuah perusahaan untuk melakukan inovasi dalam memilih strategi pemasaran seperti Shopee yang menggaet para selebriti. (Aini, M. 2020)

Teknologi yang memudahkan ditambah dengan momentum yang tepat untuk melakukan pembelian menjadikan awareness terhadap suatu e-commerce menjadi tempat favorit berbelanja. (Agung, H. 2020)

Internet adalah jaringan yang menjangkau seluruh dunia dan menggunakan IP (internet protocol) sebagai basis aliran informasinya. (S. Budiarto. 2020)

Di internet juga dapat melakukan kegiatan jual-beli di berbagai situs, dari sosial media sampai situs e-commerce/ jual-beli. Terbukti dengan data yang

dikeluarkan oleh Firma Konsultan Manajemen McKinsey & Company yang menyatakan Indonesia saat ini merupakan pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara dengan kontribusi hingga 50 persen dari seluruh transaksi. (B, Harto., & R, Komalasari. 2020)

Pemasaran merupakan applied science yang mencerminkan perpaduan antara art dan science. Pemahaman atas perilaku konsumen dan dinamika lingkungan pemasaran merupakan kunci sukses perancangan strategi dan program pemasaran. (Tjiptono, Fandy. 2020)

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.

Usaha Makaroni dan Cappuccino adalah usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang pemasaran makanan dan minuman. UKM ini mulai berdiri tahun 2019. Proses penjualan makaroni dan cappuccino ini masih manual. Pemasaran makaroni dan cappuccino ini hanya dari toko, serta dari mulut ke mulut karena cappuccino kami berbeda dari cappuccino biasa dikarenakan bahan untuk cappuccino itu sendiri khusus buatan sendiri. Bagi konsumen yang ingin membeli harus datang dulu ke toko, dengan demikian konsumen memerlukan waktu dan tenaga, apalagi ditengah pandemic seperti ini. Saat ini suatu bidang usaha tentu kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran yang maju. Kosumen sangat kesulitan mencari informasi

tentang keberadaan Makaroni dan Cappuccino Mak Deng yang tentunya mengakibatkan usaha tersebut kurang dikenal oleh banyak orang.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirancang suatu Sistem Informasi dengan judul **“Sistem Informasi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-commerce Sebagai Media Pemasaran Pada Produk Makaroni dan Cappucino Mak Deng Di Kota Tangerang 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 e-commerce dapat menjadi media pemasaran dalam memberikan informasi tentang Makaroni dan Cappucino Mak Deng?
2. Bagaimana membuat sistem pemasaran dan pengembangan usaha kecil menengah yang komunikatif, informatif untuk Makaroni dan Cappucino Mak Deng?
3. Bagaimana merancang e-commerce dapat menjadi media pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat memudahkan pemasaran produk Makaroni dan Cappucino Mak Deng?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka di buat batasan masalah agar penelitian lebih terarah:

1. Hanya membahas mengenai perancangan sistem Penjualan Makaroni dan Cappucino Mak Deng dengan menggunakan program PHP dan database My SQL
2. Pembayaran transaksi dilakukan secara *offline*, dimana pembeli membayar kepada pengantar dari pihak toko.
3. Pada perancangan sistem pemesanan dan penjualan ini, tidak dibahas tentang laporan keuangan per periode apapun.
4. Pesan antar dapat dilakukan apabila Pembeli membeli Produk lebih dari 5 unit.
5. Area jangkauan Pesan antar hanya sekitar Kota Tangerang

#### **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 Makaroni dan Cappucino Mak Deng di Kota Tangerang dapat memberikan informasi dan memudahkan pemasaran produk Makaroni dan Cappucino Mak Deng di Kota Tangerang.

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 Makaroni dan Cappucino Mak Deng di Kota Tangerang dapat memudahkan pelanggan dalam pemesanan Makaroni dan Cappucino.
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 Makaroni dan Cappucino Mak Deng di Kota Tangerang dapat meningkatkan jumlah penjualan Makaroni dan Cappucino Mak Deng.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dari penelitian ini adalah:

1. Merancang *e-commerce* untuk menjadi media pemasaran dalam memberikan informasi tentang Makaroni dan Cappucino Mak Deng..
2. Menerapkan *e-commerce* untuk menjadi media pemasaran untuk pengembangan usaha kecil menengah yang komunikatif, informatif untuk Makaroni dan Cappucino Mak Deng.
3. Merancang *e-commerce* dapat menjadi media pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan sehingga untuk memudahkan pemasaran produk Makaroni dan Cappucino Mak Deng.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

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 Makaroni Dan Cappucino Mak Deng**

Pada tinjauan umum ini akan dijelaskan tentang sejarah berdirinya usaha Makaroni dan Cappucino Mak Deng, struktur organisasi, serta tugas dari masing-masing struktur organisasi tersebut.

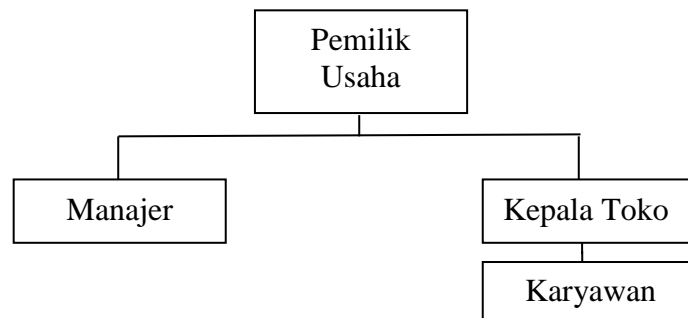
### **1.7.1. Sejarah Berdirinya Usaha Makaroni Dan Cappucino Mak Deng**

Usaha Makaroni dan Cappucino Mak Deng merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan Makanan dan Minuman. Usaha ini berdiri pada tahun 2019. Makaroni dan Cappucino ini merupakan suatu usaha yang di jalankan oleh Adel Kurniawan dan beberapa rekan bisnisnya yang memulai usaha ini. Usaha Makaroni Dan Cappucino ini beralamat di Desa Pasir Barat Kecamatan Jambe Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.

### **1.7.2. Struktur Organisasi Makaroni Dan Cappucino Mak Deng**

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 Makaroni dan Cappucino Mak Deng menggunakan struktur organisasi garis yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



*Sumber :Usaha Makaroni dan Cappucino Mak Deng*

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi Usaha Makaroni dan Cappucino Mak Deng**

### 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