

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemakaian internet dan teknologi informasi berkembang pesat di era globalisasi kontemporer. Setelah munculnya media internet, terutama di Indonesia dalam beberapa waktu terakhir. Internet mempengaruhi aktivitas sehari-hari dan bisnis. Perkembangan teknologi informasi telah menginspirasi banyak orang untuk mengembangkan teknik pengumpulan informasi yang inovatif. Informasi awal bisa saja diperoleh dengan cepat meskipun memakan waktu lama dan tidak akurat. Oleh karena itu, dunia usaha wajib memastikan bahwa data tersedia dengan mudah dan tersedia bagi konsumen. (Fakhurozi, 2013).

Komputer dan teknologi informasi yang semakin berkembang telah sangat mempengaruhi bisnis dan organisasi (MA Machmudi, 2019). Karena pengaruhnya yang luas dan dampak buruknya terhadap operasional perusahaan, teknologi informasi kini telah menjadi kebutuhan penting dalam sektor bisnis. Karena kelebihan teknologi informasi, seperti pengolahan data dan pengurangan waktu yang dibutuhkan untuk memprosesnya, hampir semua bidang sekarang mulai menggunakannya dalam pengembangannya. Beberapa bisnis menggunakan kemajuan komputer dan teknologi informasi untuk membantu menjalankan operasi mereka. Banyak bisnis menggunakan sistem informasi berbasis komputer untuk menjalankan operasi dan pekerjaan mereka dengan lancar. Sistem informasi penjualan adalah salah satu sistem yang digunakan (Munawar, 2015). Dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber informasi, perusahaan dapat memperoleh manfaat dalam menjaga agar operasi bisnis berjalan dengan lancar, mudah, cepat, akurat, efisien, dan produktif (Nugroho, 2016).

Salah satu sumber daya yang sangat vital bagi sebuah bisnis adalah teknologi informasi. Sistem dan teknologi informasi digunakan seefektif mungkin untuk membantu operasional perusahaan (MF Rozi, 2023). Oleh karena itu, banyak perusahaan telah mengadopsi konsep berbasis teknologi informasi, seperti perencanaan sumber daya perusahaan, pengelolaan rantai pasokan, dan pengelolaan hubungan dengan pelanggan, dan e-commerce. Kemajuan teknologi internet didukung oleh perkembangan dalam teknologi, komputer, dan telekomunikasi. Dengan adanya internet, era informasi telah berkembang menjadi era internet. Penggunaan internet dalam bisnis saat ini telah mengubah alat

pengumpulan informasi elektronik tradisional menjadi sarana utama untuk memperoleh informasi yang akurat dan tepat waktu. Kini, pelaku usaha tidak lagi kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan guna mendukung kegiatan bisnisnya, bahkan cenderung bisa mengakses berbagai informasi. Oleh karena itu, penyaringan informasi menjadi penting untuk memastikan hanya informasi yang relevan yang diperoleh (Koko Novianto, 2021).

Sistem informasi penjualan atau e-commerce biasanya menggunakan platform berbasis web. Website dimanfaatkan dalam aplikasi karena menjadi tempat di mana orang dapat saling berinteraksi (Rohi Abdulloh, 2015). Bisnis menggunakan website untuk mempermudah pencarian dan efisiensi pekerjaan. Salah satu layanan bisnis online paling populer yang membantu perusahaan mengambil informasi adalah situs web, kadang-kadang disebut sebagai portal web. Halaman web terdiri dari banyak bagian yang menampilkan berbagai jenis informasi, termasuk teks, foto, video, animasi, gambar, dan koneksi ke bentuk data digital lainnya (Agus Hariyanto, 2015). Data ini saling terkait dan dihubungkan melalui hyperlink. Website adalah sarana yang murah dan luas untuk menyebarkan informasi.

Tujuan keberadaan web adalah untuk menyediakan layanan informasi atau sebagai alat untuk berkomunikasi. Menurut Rulia Puji Hastanti et al. (2015), website memiliki banyak tujuan: "Secara umum, website mempunyai 4 fungsi yaitu: Fungsi Komunikasi, Fungsi Informasi, Fungsi Intertainment, dan Fungsi Transaksi." Karena itu, baik organisasi pemerintah maupun swasta sangat membutuhkan situs web. Hal ini berarti bahwa perusahaan harus menggunakan teknologi informasi web. Perusahaan yang ingin berekspansi harus berjuang untuk membangun sesuatu yang segar agar bisa mengikuti perkembangan internet saat ini mereka tidak bisa mengabaikannya guna memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan; salah satu bentuk penjualan masa kini adalah promosi online. Pembayaran online dapat dilakukan selain pembelian produk dan layanan secara online yang memungkinkan pembayaran dilakukan tanpa perlu melakukan pertemuan tatap muka antara pembeli dan produsen. Masyarakat dunia mengenal internet sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi. Meningkatnya penggunaan internet menyebabkan munculnya transaksi bisnis yang menggunakan internet, salah satunya *e-commerce* (L Azizah, 2019).

Guna meningkatkan standar dan kualitas pelayanan di segala bidang, perusahaan kerajinan kayu UD. Utama Karya terus tumbuh dan berkembang. Sebagai sarana membina interaksi pelanggan yang positif dan mempertahankan loyalitasnya, UD. Utama Karya bermaksud untuk tumbuh dengan menerapkan strategi bisnis yang berfokus pada pelanggan, sekaligus menarik pelanggan baru. Saat ini, apa yang dilakukan UD. Utama Karya untuk pelanggannya menjadi aset berharga karena toko *furniture* ini memiliki banyak peminat. Oleh karena itu, perusahaan berusaha menjaga loyalitas pelanggan karena dampak dari loyalitas tersebut adalah pembelian berulang serta kerelaan individu untuk menyarankan pada individu lainnya. Seiring pertumbuhan bisnis, permintaan konsumen terhadap produk semakin meningkat. Saat ini, perusahaan menjalankan bisnisnya hanya melalui media sosial seperti *WhatsApp*. Hal ini menyebabkan pemasaran produk menjadi kurang efektif, dan informasi terbaru tentang produk, promosi, serta ketersediaan barang bagi pelanggan masih sangat terbatas dan kurang jelas..

Tabel 1.1 Data Terkait Keluhan UD. Utama Karya

No.	Sumber Keluhan	Keluhan
1.	Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat terlalu jauh untuk pembelian secara langsung • Deskripsi produk terbatas • Spesifikasi produk tidak lengkap
2.	Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik • Tampilan <i>website</i> berantakan

Sumber : UD. Utama Karya

Pada tabel 1.1 merupakan data terkait keluhan para konsumen UD. Utama Karya pada saat ingin melakukan pembelian produk. Dari tabel tersebut juga terdapat keluhan dari perusahaan terkait pencatatan keuangan yang baik. Proses bisnis saat ini di UD. Utama Karya adalah sebagai berikut : seseorang mengecek ketersediaan barang yang diinginkan pelanggan di gudang, memberi tahu pelanggan bahwa barang tersebut tersedia, dan seseorang mengkonfirmasi bahwa pelanggan telah membayar. Masih dilakukan secara manual untuk mencatat pesanan yang masuk menggunakan faktur atau kuitansi penjualan yang dimasukkan ke dalam aplikasi *Microsoft Excel*. Akibatnya, banyak input berulang.

Setelah barang diserahkan, bagian pengiriman akan menyiapkan pesanan pelanggan untuk dikemas dan dikirim. Sistem yang terikat erat dengan organisasi lain, termasuk bagian admin, gudang, dan pengelolaan pengiriman, tidak digunakan oleh UD. Utama Karya. Sehingga, setiap transaksi yang terjadi sepanjang proses bisnis memerlukan jangka waktu yang lama dan tidak efisien.

Untuk memenuhi permintaan klien dan perusahaan dalam skenario ini, UD. Utama Karya membutuhkan rencana penjualan online yang efektif. Memanfaatkan sistem keranjang belanja online berbasis web adalah pilihan yang tepat untuk membuat rancang bangun penjualan pada UD. Utama Karya karena memungkinkan pelanggan mendapatkan informasi dan membeli barang yang dijual, serta membantu dalam mempromosikan dan menjual produk.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan spesifikasi tersebut sebelumnya, maka penulis akan mengkaji sejauh mana *e-commerce* di UD. Utama Karya. Penulis akan melakukan penelitian menggunakan judul **“PERANCANGAN ULANG SISTEM INFORMASI UNTUK PENJUALAN DAN PEMESANAN PRODUK *FURNITURE* (STUDI KASUS : UD. UTAMA KARYA)”**

1.3 Rumusan masalah

1. Bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui informasi produk, serta mempermudah dalam pemesanan?
2. Bagaimana cara untuk perusahaan dapat membuat pengelolaan yang aktual?

1.4 Tujuan penelitian

1. Mendesain ulang sistem penjualan dan pembelian untuk memudahkan konsumen.
2. Mendesain ulang sistem supaya perusahaan mendapatkan data *real time* untuk pengelolaan usahanya.

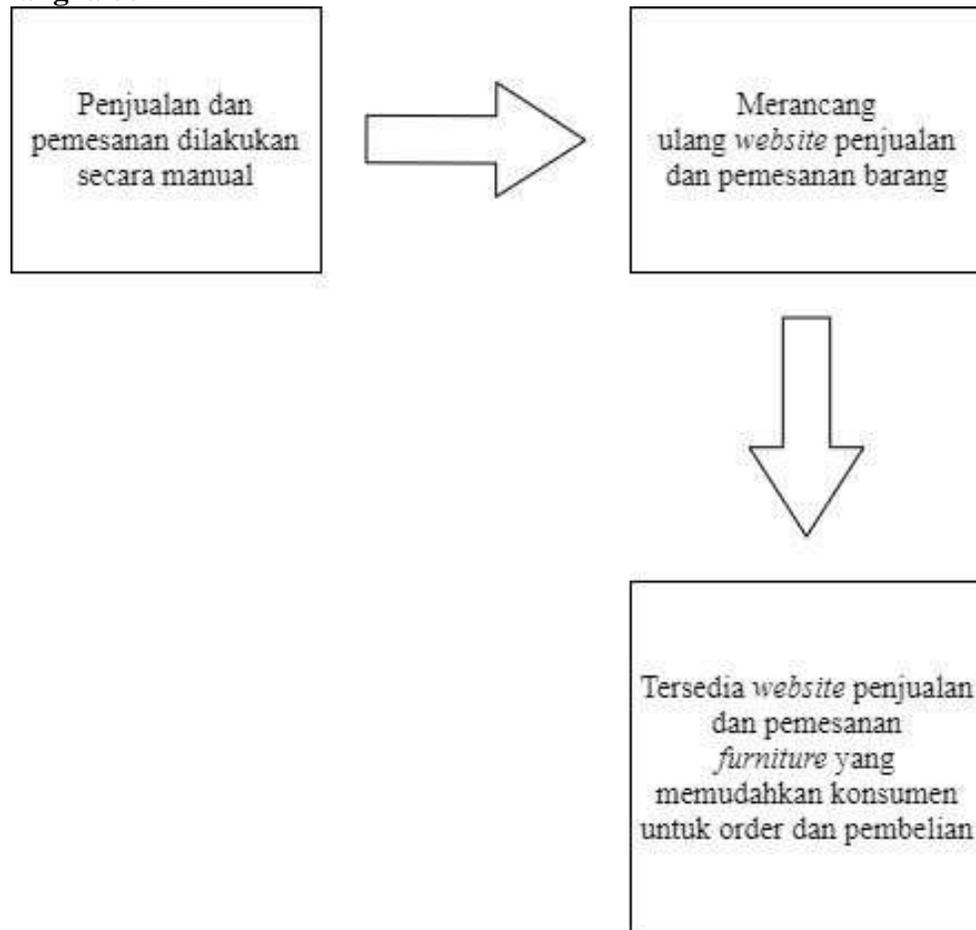
1.5 Batas penelitian

Batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Proses pembayaran barang dilakukan melalui transfer antar rekening, yang kemudian divalidasi oleh admin setelah pembeli mengkonfirmasi pembayaran.
2. Penelitian ini fokus pada cara menampilkan informasi terbaru mengenai produk .
3. Data yang diolah oleh sistem ini terbatas pada data penjualan dan pemesanan produk. Data lainnya seperti laporan keuangan secara keseluruhan, atau analisis pasar tidak

termasuk dalam cakupan penelitian.

1.6 Kerangka berfikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir
Sumber : Peneliti

1.7 Manfaat Penelitian

Salah satu manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menggunakan bahan kuliah untuk menerapkan teori yang diajarkan dikelas ke situasi nyata di lapangan. Ini akan memungkinkan peneliti untuk memperluas pengetahuan dan pengalaman penulis, terutama dalam hal analisis profitabilitas dan produktivitas.

2. Bagi kampus atau program studi

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi untuk studi yang sejenis atau serupa.

3. Bagi UD. Utama Karya

Untuk membantu UD. Utama Karya mempelajari cara memasarkan atau menjual produk kerajinan kayu di masa depan dengan menggunakan perdagangan *online* atau *e-commerce*.