

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Minimarket *True Mart* merupakan salahsatu bentuk ruko kelontongan yang menyediakan berbagai jenis makanan serta barang, walaupun tidak sebanyak dan juga selebar supermarket. Minimarket ini populer di kalangan masyarakat karena menyediakan produk yang lengkap dan memberikan kenyamanan dalam berbelanja serta kebebasan bagi konsumen untuk bisa pilih barang dengan tidak adanya banyak bantuan pelayanan. Semakin banyak jenis barang ditawarkan kepada pembeli, semakin banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. *True Mart* Minimarket berlokasi di Jl. Stadion Depati Amir, Kel. Air Salemba, Kec. Gabek, Pangkalpinang. Saat ini, *True Mart* Minimarket menawarkan beragam jenis barang, termasuk produk-produk kosmetik, makanan ringan, minuman kaleng, peralatan rumah tangga, dan berbagai kebutuhan sehari-hari lainnya. Minimarket *True Mart* juga menyediakan tempat tongkrong asik sambil berbelanja dengan keluarga yaitu kedai kopi KDBK (Kopi Dulu Baru Kamu) yang bersebelahan dengan Minimarket *True Mart* serta menyediakan free wifi, full music dan pelayanan terdepan bagi para pelanggan. Minimarket *True Mart* juga menyediakan jasa siap antar pesanan kepada para pelanggan.

Minimarket *True Mart* melakukan promosi *via* sosial media seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Promosi ini disebarluaskan melalui postingan yang dibagikan kepada para pengikut dan pelanggan. Dari postingan yang dibagikan melalui media sosial belum efektif dalam memperoleh informasi yang lebih rinci terhadap harga barang dan kualitas produk yang ada di Minimarket *True Mart* sehingga para pelanggan harus datang langsung ke Minimarket *True Mart* untuk mengetahui kualitas barang yang disediakan di Minimarket *True Mart*

Dengan menerapkan sistem informasi *E-commerce* ini, pelanggan bisa mengakses data produk dan melakukan pemesanan atau pembayaran yang telah disediakan di dalam website tanpa perlu datang langsung ke Minimarket *True Mart*.

Selain itu, sistem ini juga memungkinkan perluasan zona promosi dan penjualan produk, yang dapat meningkatkan hasil penjualan dan memudahkan administrasi dalam mencatat penjualan dan pembelian produk untuk keperluan pembukuan. Pemilik Minimarket *True Mart* ingin bisnisnya dikenal secara meluas serta harga yang relatif murah, dan juga menginginkan penjualan secara *online* tetap berlanjut.

Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan pada latar belakang, penulis berusaha untuk mengembangkan sistem *E-commerce* berbasis web melalui penelitian ini maka dapat mengambil judul “Sistem Informasi *E-commerce* Sebagai Media Promosi Berbasis Web Pada Minimarket *True Mart* Pangkalpinang”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berikut ini adalah rumusan masalah yang diambil dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya:

1. Bagaimana menyediakan sistem informasi berbasis web untuk meningkatkan promosi pada Pada Minimarket *True Mart*?
2. Bagaimana cara mempromosikan produk pada Minimarket *True Mart* supaya bisa menarik banyak pelanggan?

## **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menjaga fokus dan relevansi pada topik yang dibahas, maka akan dilakukan pembatasannya seperti yang ada dibawah ini:

1. Melakukan penelitian sistem informasi yang akan dirancang dalam berbasis *website*.
2. Melakukan Penelitian dalam mempromosikan informasi mengenai minimarket, produk, sistem penjualan, pemesanan transaksi pada Minimarket *True Mart*.

## **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan serta maksud pada penelitian kali ini ini, berikut ialah bertujuan :

1. Menciptakan sebuah platform *E-commerce* yang memungkinkan

pelanggan melakukan pemesanan produk atau pembelian secara *online*.

2. Meningkatkan efektifitas promosi dan penjualan berbagai jenis pada Minimarket *True Mart*.
3. Menyediakan informasi tentang produk-produk yang ditawarkan Minimarket *True Mart*
4. Memudahkan Minimarket *True Mart* dalam mempromosikan produk produk, harga dan kualitas yang dijual
5. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi Minimarket *True Mart*, mengenai harga dan kualitas yang disediakan.
6. Untuk menerapkan sistem informasi penjualan berbasis web di Minimarket *True Mart*.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

dibawah ini adalah manfaatnya dari penelitian kali ini :

1. Memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai penjualan produk, sehingga mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan untuk memesan barang yang mereka butuhkan.
2. Mempermudah pemilik dalam mempromosikan produk-produk yang ada pada Minimarket *True Mart* tersebut.
3. Melakukan pengumpulan data dan informasi serta melakukan transaksi tanpa perlu secara fisik datang ke lokasi tersebut.
4. Mendukung kegiatan jual beli pada Minimarket *True Mart*.

## **1.5. Sistematika Penulisan Laporan**

Penyusunan tugas akhir ini disusun dengan beberapa bab dan sub bab yang terstruktur seperti dibawah ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan mengulas mengenai pendahuluan, termasuk latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta tujuan dan manfaat penelitian. Selain itu, akan dijabarkan juga tentang sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini akan mengulas mengenai landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku, jurnal, serta referensi lainnya, terutama yang mengenai penerapan sistem informasi E-commerce sebagai sarana promosi berbasis website.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Di bab III ini, mengulas mengenai teknik yang digunakan pada penelitian dalam pengembangan sistem, model pengembangan sistem informasi yang dipilih, serta alat bantu/tools yang akan dipakai pada proses pengembangan sistem.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini akan menguraikan analisis proses yang diperoleh dari penelitian serta membahas tentang sistem yang telah dikembangkan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini, akan disajikan beberapa kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat berkontribusi pada kemajuan dan perkembangan Minimarket *True Mart* Pangkalpinang.