

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet merupakan teknologi yang memiliki cakupan sangat luas. Di mana internet terhubung secara *online* tanpa mengenal batas waktu dan tempat. Dalam hal ini, bila perusahaan menggunakan internet dalam sistem informasinya maka akan memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan juga perusahaan itu sendiri, salah satunya adalah penerapan sistem informasi penjualan secara *online* atau yang sering disebut juga *e-commerce*. Salah satu aktivitas perusahaan yang terpenting adalah aktivitas penjualan di mana penjualan merupakan ujung tombak suatu perusahaan. Tujuan penjualan yang utama adalah mencapai tingkat *volume* penjualan yang besar yang tentunya menentukan kelangsungan hidup perusahaan dan mendatangkan laba bagi perusahaan serta pengembalian investasi yang telah ditanamkan. Dalam pelaksanaan proses penjualan produk seharusnya mengandalkan ketepatan, kecepatan, kemudahan dalam proses penjualan[1].

Toko Alif Parfume beralamat di Jl. Kampung Melayu No. 147, RT. 005 RW.002 Kelurahan Bukti Merapin, Kecamatan Gerunggang, Kota Pangkalpinang. Merupakan sebuah usaha yang bergerak di penjualan parfume isi ulang dengan berbagai macam aroma. Parfume yang tersedia merupakan parfume lokal maupun *import* dengan berbagai nama yang bisa dibeli dengan harga yang cukup terjangkau.

Pada sistem promosi penjualan yang terjadi pada Toko Alif Parfume masih menggunakan banner yang dipasang di depan toko serta brosur *list* tipe aroma parfume yang ditempel di dinding toko. Dengan proses promosi seperti ini tidak bisa menjangkau pasar yang luas, sehingga konsumen hanya mengetahui informasi produk ketika melewati toko saja. Ketika melakukan observasi ke tempat usaha, penulis melihat masalah yang cukup nampak jelas pada proses pelayanan di Toko Alif Parfume, untuk sekedar memesan barang yang diinginkan konsumen harus datang langsung ke toko terlebih dahulu, masalah pertama yaitu proses pelayanan

isi ulang parfume yang dilakukan oleh satu penjaga toko hanya melayani satu per satu konsumen secara bergiliran, sehingga konsumen yang memiliki waktu terbatas menunggu sampai dilayani cukup lama, sehingga sering terjadi konsumen pulang, hal ini berdampak pada kualitas pelayanan parfume di tempat usaha tersebut. Dengan memanfaatkan sistem *delivery order* berbasis *e – commerce* hal ini dirasa cukup dapat membantu dalam proses pemasaran parfume di Toko Alif Parfume, sehingga pelayanan dapat di proses dari dua sisi yaitu penjualan secara langsung datang ketoko maupun *delivery order* yang dilakukan sistem penjualan secara online melalui sistem informasi *e – commerce*.

Berdasarkan pada latar belakang diatas dalam pengajuan proposal skripsi ini penulis mengambil Judul : “**IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI E – COMMERCE PARFUME PADA TOKO ALIF PARFUME PANGKALPINANG**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka di dapatkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancangan sistem informasi *e – commerce* parfume pada Toko Alif Parfume?
2. Bagaimana implementasi sistem informasi *e – commerce* parfume pada Toko Alif Parfume?

1.3 Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah yang didapati penulis dalam penyusunan penelitian ini. Adapun batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. *E – Commerce* yang dibuat hanya untuk Toko Alif Parfume saja.
2. *E – Commerce* ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman MySQL dan DBMS.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada penyusunan penelitian ini terdapat tujuan dan manfaat antara lain sebagai berikut :

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis membuat tujuan antara lain sebagai berikut :

1. Membuat sistem informasi *e – commerce* penjualan parfume secara *online* dengan sistem *delivery order* pada Toko Alif Parfume.
2. Memberi informasi mengenai list parfume kepada konsumen sehingga konsumen tertarik ingin membeli.
3. Sebagai media promosi bagi Toko Alif Parfume di kalangan pengguna internet di Indonesia.

1.4.2 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi konsumen dan Pemilih Usaha. Adapun manfaat itu adalah :

1. Konsumen
 - a. Mempermudah konsumen dalam proses pembelian parfume secara *delivery order* menggunakan sistem informasi *e – commerce* secara *online*.
 - b. Proses pembelian konsumen tidak harus datang ketoko, cukup membuat pesanan dari sistem informasi *e – commerce*, menunggu produk di kirim oleh kurir.
 - c. Membuat pesanan dapat di lakukan kapan saja selama persediaan di etalase toko masih tersedia.
2. Pemilik Usaha
 - a. Sebagai media promosi dalam penjualan parfume.
 - b. Memberi kemudahan terhadap transaksi penjualan.
 - c. Menjadi sumber keuntungan (*Income*) maupun *omzet* dari penjualan secara online selain penjualan langsung dari toko.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan adalah gambaran secara umum tentang isi dari keseluruhan pembahasan dalam skripsi yang bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti alur pembahasan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini terdapat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang landasan teori, membahas secara singkat teori-teori yang diperlukan dalam menunjang penulisan skripsi

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian untuk sistem yang dirancang serta tahapan mode framework sebagai pengembangan perangkat lunak, metode berorientasi objek dalam pengembangan perangkat lunak, dan UML (*Unified Modelling Language*) sebagai alat bantu pengembangan sistem yang digunakan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang hasil analisis berupa proses bisnis yang sedang berjalan, rancangan basis data untuk membuat database, gambaran umum sistem informasi yang akan dibuat dan analisis kebutuhan sistem usulan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan secara keseluruhan dan saran yang diharapkan penulis agar laporan yang dibuat dapat lebih baik untuk masa yang akan datang.