

BAB I

PENDAHULUAN

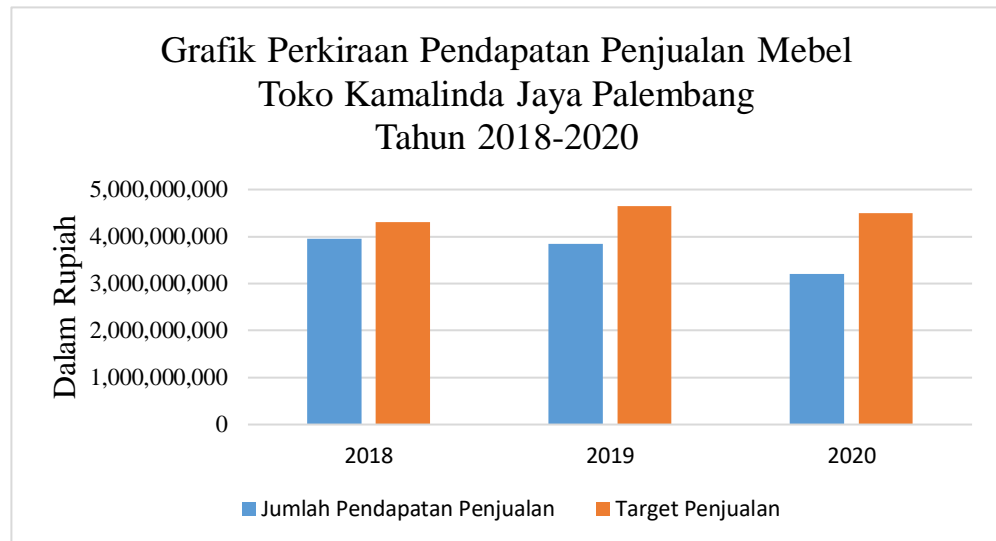
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pada era modern seperti sekarang ini, dunia bisnis baik usaha kecil, menengah maupun besar semakin berkembang dengan pesat, sehingga persaingan antar pelaku bisnis menjadi sangat ketat dan kompetitif dalam menarik perhatian calon pelanggan, oleh karena itu pelaku bisnis harus dapat menciptakan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan, hasil dan keuntungan yang maksimal. Beriringan dengan dunia bisnis, teknologi informasi pun menjadi luas pada era modern ini ditandai dengan majunya beberapa media informasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia terhadap informasi. Dalam dunia bisnis, informasi sangat berguna untuk pengambilan keputusan dalam pembelian, serta dapat digunakan sebagai sarana komunikasi penjualan dalam dunia bisnis (Sidh, 2013:19; Fauzi dkk, 2015:41).

Teknologi informasi ini dapat diakses melalui komunikasi dalam jaringan atau online, komunikasi online dilakukan melalui internet sehingga bisa mendapatkan akses dengan jangkauan yang luas. Teknologi informasi melalui komunikasi dalam jaringan internet membentuk suatu sistem disebut dengan sistem informasi yang mana sistem ini mengolah beberapa data yang digunakan sebagai informasi, dalam dunia bisnis informasi ini dapat berupa informasi produk, harga, pembelian dan lain sebagainya yang dapat diakses dengan mudah kapan dan dimana saja oleh calon pelanggan sehingga penjualan melalui internet cenderung lebih luas karena dapat menembus berbagai pangsa pasar, adapun dalam bisnis secara online sendiri salah satu media yang digunakan dalam melaksanakan aktivitasnya yaitu dengan membangun toko online sendiri menggunakan aplikasi penjualan berbasis website. Aplikasi penjualan berbasis *website* ini memiliki beberapa

keuntungan antara lain minimnya biaya instalasi, semua transaksi tersimpan dengan baik serta akses secara menyeluruh dari semua perangkat yang terhubung dengan internet, hal ini lah yang menjadikan website dapat menjadi salah satu media dalam meluaskan pangsa pasar serta menunjang peningkatan volume penjualan (Nurudin dkk, 2019:144; Sutabri dkk, 2019:22).

Toko Kamalinda Jaya Palembang merupakan toko yang menjual produk mebel atau furnitur jati seperti meja, kursi, sofa, jam dan lain sebagainya. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2009 dan beralamat di Jl. Segaran No. 50 RT 001/ RW 002 Kel. 15 Ilir Kec. Ilir Timur, Palembang. Metode penjualan yang dilakukan pada toko ini masih menggunakan cara konvensional yaitu dengan menunggu datangnya konsumen secara langsung ke toko. Sistem penjualan dengan cara konvensional ini cakupannya cenderung sempit karena konsumen harus datang ke toko untuk memilih dan bertransaksi secara langsung sehingga sulit untuk menyentuh pangsa pasar yang lebih luas disebabkan oleh kurang menyebarnya informasi atas usaha tersebut, selain itu dalam pencatatan serta perhitungan pun tidak terorganisir dengan baik disebabkan oleh sulitnya pencarian bukti transaksi karena nota yang tertumpuk. Berikut grafik penjualan mebel dari toko kamalinda jaya Palembang.



Gambar 1.1
Grafik Perkiraan Pendapatan Penjualan Mebel Toko Kamalinda Jaya
Palembang
Sumber: Toko Kamalinda Jaya Palembang, 2021

Dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pendapatan pada toko kamalinda jaya Palembang tidak stabil dikarenakan sistem penjualan yang dilakukan selama ini belum optimal apalagi pada tahun 2020 yang total jumlah pendapatan penjualannya turun cukup signifikan dikarenakan wabah covid-19 yang membuat toko sepi pembeli, sehingga penulis tertarik untuk membantu mengoptimalkan pendapatan penjualan tersebut berupa meluaskan pangsa pasar agar memiliki kesempatan yang lebih luas untuk meraih keuntungan dengan cara membangun *website*, toko online atau aplikasi penjualan sendiri. Dalam membuat toko online atau aplikasi penjualan sendiri itu memiliki banyak keuntungan salah satunya adalah toko online akan terlihat profesional dan lebih terpercaya, serta pemilik toko juga dapat menentukan nama domain untuk toko onlinenya sendiri karena nama setiap toko pada website akan berbeda antara satu dan lainnya, selain itu keuntungan lainnya yang didapat adalah pemilik toko memiliki kontrol sepenuhnya terhadap toko nya sendiri tanpa campur tangan orang lain, dengan memiliki toko online sendiri pun

setiap orang dapat mengunjungi serta bertransaksi kapan saja tanpa terikat oleh ruang dan waktu serta keamanan dan kenyamanan akan lebih terjamin (Aziz dkk, 2018:493).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk membuat rancangan aplikasi penjualan berbasis *website* untuk penjualan mebel pada Toko Kamalinda Jaya Palembang. Dengan adanya aplikasi penjualan berbasis *website* ini diharapkan dapat memudahkan calon pelanggan dalam mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan pada Toko Kamalinda Jaya Palembang sehingga dapat meningkatkan penjualan serta meluaskan pangsa pasar pada Toko Kamalinda Jaya Palembang. Penulis menyajikan rancangan aplikasi penjualan ini dalam bentuk laporan akhir yang berjudul “Perancangan Aplikasi Penjualan Mebel Berbasis Website Pada Toko Kamalinda Jaya Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu “Bagaimana Perancangan Aplikasi Penjualan Mebel Berbasis Website Sebagai Media Penjualan pada Toko Kamalinda Jaya Palembang ?”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan pada laporan akhir ini lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan, maka penulis memberikan batasan pembahasan hanya pada rancangan aplikasi pada aspek tampilan serta cara pengoperasian penjualan Mebel berbasis website pada Toko Kamalinda Jaya Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Perancangan Aplikasi Penjualan Mebel Berbasis Website Sebagai Media Penjualan pada Toko Kamalinda Jaya Palembang.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penulis dapat menambah ilmu pengetahuan pada mata kuliah manajemen penjualan, khususnya pada pengembangan penjualan secara online dalam hal ini melalui *website*.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan informasi dan referensi bagi pemilik usaha untuk memperluas jangkauan penjualan dengan menggunakan *website*.

3. Bagi Akademis

Sebagai bahan bacaan ataupun referensi untuk penelitian lain yang berkaitan dengan bidang ilmu penelitian.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian laporan akhir ini akan mengambil studi kasus di Toko Kamalinda Jaya Palembang yang beralamat di Jl. Segaran No 50 RT 001/ RW 002 Kel. 15 Ilir Kec. Ilir Timur, Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

Menurut Yusi dan Idris (2016:109);

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sistem penjualan pada toko kamalinda jaya Palembang.
2. Sejarah dari toko kamalinda jaya Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dari penyusunan laporan akhir ini penulis memperoleh dari membaca sumber bacaan melalui internet, jurnal, buku, artikel serta dari hasil penelitian beberapa pihak yang telah dipublikasikan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada laporan akhir ini dengan menggunakan teknik: Menurut Yusi dan Idris (2016:112);

1. Riset Lapangan

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada objek yang akan diteliti dengan cara mengumpulkan informasi langsung objek tersebut yaitu Toko Kamalinda Jaya Palembang. Teknik pengumpulan data riset lapangan yang penulis gunakan yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data (informasi) yang merupakan tingkah laku nonverbal dari responden. Teknik observasi yang dilakukan penulis dalam penyusunan laporan ini adalah dengan melakukan pengamatan langsung pada Toko Kamalinda Jaya Palembang untuk memperoleh data yang akurat.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden, dalam hal ini penulis mewawancarai pemilik Toko Kamalinda Jaya Palembang untuk mendapatkan data-data pendukung lainnya.

2. Studi Kepustakaan

Dalam Metode ini penulis mencari referensi melalui buku-buku, jurnal maupun artikel dari berbagai sumber guna untuk menunjang penyusunan laporan.