

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman seperti saat ini, teknologi semakin berkembang pesat, salah satunya dalam bidang informasi dan komunikasi yang dapat membuat kehidupan semakin maju. Dengan adanya kemajuan teknologi, semua hal menjadi serba mudah dan praktis, yang dapat membawa perubahan serta memberikan pengaruh dalam perekonomian masyarakat.

Teknologi sistem informasi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan pengambilan keputusan dalam suatu bisnis atau organisasi, memungkinkan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan menganalisis informasi dengan lebih baik, sehingga dapat digunakan untuk mencapai tujuan bisnis dan strategi bisnis. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Pembisnis harus memahami situasi dan kondisi dalam melihat peluang agar dapat menarik konsumen, salah satunya dengan menyediakan informasi yang jelas tentang katalog produk yang ditawarkan, hal ini dapat mengurangi kemungkinan kehilangan peningkatan penjualan karena ketidakpastian atau ketidaktahuan konsumen tentang katalog produk yang ditawarkan dengan demikian, informasi mengenai katalog produk memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian calon konsumen, memperkuat hubungan bisnis dengan konsumen, dan meningkatkan kinerja penjualan bisnis secara keseluruhan.

Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat informasi katalog produk yang baik bagi bisnis serta memiliki beberapa keuntungan yang signifikan. Adanya jangkauan *audience* yang luas dan tak terbatas membuat alat

komunikasi digital media sosial yang bisa menjadi pengantar dua arah antara usaha dan pelanggan ini sangat diminati. Media sosial meningkatkan interaksi antara perusahaan dengan konsumen, tidak memakan biaya yang banyak saat mengeluarkan informasi, memudahkan *advertising*, membantu dalam mengetahui keinginan konsumen dengan cara survey, dan lain sebagainya (Indika & Jovita, 2017).

Perkembangan internet telah mempengaruhi perkembangan ekonomi, salah satunya adalah proses jual beli yang biasanya dilakukan dengan bertransaksi tatap muka kini menjadi sangat mudah dengan adanya transaksi jual beli melalui internet atau disebut *e-commerce* (Fatmala, Suprpto & Rachmadi, 2018). Misalnya, dengan memberi tahu konsumen tentang katalog produk yang baru atau promosi mengenai produk yang sedang diskon, akan dapat meningkatkan penjualan. Konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan membuat lebih mungkin untuk membelinya ketika konsumen mengetahui melalui informasi yang mudah didapatkan.

Penerapan teknologi dibidang industri yang semakin pesat mendorong semua aspek kehidupan juga untuk berubah, tidak terkecuali dengan aspek proses dalam toko untuk melakukan transaksi dalam memberikan inovasi pelayanan kepada konsumen. Adapun inovasi yang dimaksud adalah antara lain melakukan digitalisasi proses bisnis dengan berbasis *website*, salah satunya katalog elektronik. Katalog elektronik merupakan bentuk digital dari sebetuk katalog yang memuat tentang daftar entitas atau jasa, spesifikasi jenis, merek, teknis, harga dan kuantitas barang atau jasa yang *available*. *E-catalogue* tidak memiliki tanggal *expired*, karena bisa di revisi kapan saja, sehingga tidak perlu terus menerus mencetak ulang seperti pada katalog manual atau brosur (Butarbutar, Darmansah & Amriza, 2022).

Butik Ayun *Fashion* adalah salah satu UMKM yang berlokasi di Kayuagung yang menjual produk *Fashion* Wanita seperti baju atasan, dress, celana, mukenah dan aksesoris. Bisnis tersebut didirikan oleh Eva Santi yang merupakan Ibu Rumah Tangga memiliki ketertarikan dengan bisnis, awalnya Butik Ayun *Fashion* mempromosikan produknya hanya dengan cara mulut

kemulut saja. Dan cara tersebut dinilai kurang efektif karena cakupan dan jangkauannya terbatas. Terkadang, informasi yang disampaikan melalui mulut kemulut bisa menjadi tidak akurat dan prosesnya juga sangat lambat dibandingkan dengan metode promosi lainnya seperti media sosial yang dapat mencapai jangkauan yang lebih luas, saat *covid-19* semakin tinggi Butik Ayun Fashion mulai mencari strategi lain dalam mempromosikan produknya.

Butik Ayun Fashion mengandalkan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook* dalam menyebarkan informasi mengenai produknya, yaitu menggunakan *fitur status* dan *fitur chat grup* yang telah tersedia, namun dalam proses pembelian yang akan dilakukan oleh calon konsumen hal tersebut dapat menghambat, jika hanya mengandalkan *fitur status* serta *chat grup* saja karena seperti yang telah diketahui bahwa banyaknya kekurangan dari fitur tersebut jika digunakan dalam pemberian informasi

Oleh karena itu, untuk memenuhi pelayanan yang baik Butik Ayun Fashion membutuhkan sistem informasi yang dapat mempermudah dan mempercepat proses pemesanan yang akan dilakukan oleh konsumen. Sistem informasi tersebut dapat membantu dalam memberitahukan katalog produk yang dimiliki, dalam bentuk gambar, harga, dan informasi lainnya seperti promosi jika adanya diskon potongan harga atau diskon hari-hari spesial, yang diperoleh sangat mudah untuk diakses.

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk Pada Butik Ayun Fashion
Periode 2020 s.d. 2023

No.	Jenis Produk	Harga Satuan	Penjualan Produk/Tahun			
			2020	2021	2022	2023
1.	Baju <i>Blouse</i>	Rp 80.000	55 pcs	60 pcs	64 pcs	60 pcs
2.	Baju Tunik	Rp 100.000	63 pcs	58 pcs	60 pcs	47 pcs
3.	Baju <i>Dress</i>	Rp 200.000	54 pcs	48 pcs	55 pcs	52 pcs
4.	Celana & Rok	Rp 120.000	85 pcs	82 pcs	75 pcs	72 pcs
5.	Mukenah	Rp 100.000	65 pcs	57 pcs	53 pcs	55 pcs
6.	Aksesoris	Rp 20.000	60 pcs	52 pcs	75 pcs	70 pcs

Sumber: Data diolah Butik Ayun Fashion (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah penjualan produk pada Butik Ayun *Fashion* tidak menentu setiap tahunnya, pada tahun 2020 menunjukkan produk baju *blouse* terjual 55 pcs, baju tunik 63 pcs, baju *dress* 54 pcs, celana dan rok 85 pcs, mukenah 65 pcs, aksesoris 60 pcs kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2020, produk yang terjual pada tahun 2021 yakni baju *blouse* 60 pcs, baju tunik 58 pcs, baju *dress* 48 pcs, celana dan rok 82 pcs, mukenah 57 pcs, aksesoris 52 pcs selanjutnya pada tahun 2022 penjualan produk mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu produk baju *blouse* terjual 64 pcs, baju tunik 60 pcs, baju *dress* 55 pcs, celana dan rok 75 pcs, mukenah 53 pcs, aksesoris 75 pcs dan pada tahun 2023 mengalami penurunan kembali jumlah produk yang terjual ialah baju *blouse* 60 pcs, baju tunik 47 pcs, baju *dress* 52 pcs, celana dan rok 72 pcs, mukenah 55 pcs, aksesoris 70 pcs. Adapun penyebab terjadinya penjualan produk pada Butik Ayun *Fashion* tidak menentu setiap tahunnya karena tergantung pembelian atau pemesanan yang masuk dengan menggunakan strategi atau sistem informasi pemasaran yang telah dilakukan dengan seadanya. Berdasarkan alasan dan permasalahan yang terjadi pada Butik Ayun *Fashion* maka penulis bermaksud untuk membuat suatu sistem informasi katalog produk berbasis *website*. Penggunaan *website* ini dapat membuat suatu *website* yang dibutuhkan dan desainnya dapat penulis sesuaikan dengan keinginan. Perancangan suatu sistem informasi katalog produk diharapkan dapat menjadi solusi bagi Butik Ayun *Fashion* dan bisa memperbaiki kualitas pelayanan pada Butik Ayun *Fashion*. Adapun judul dalam penulisan laporan akhir ini adalah **“Perancangan Sistem Informasi Katalog Produk Berbasis Website Canva Pada Butik Ayun Fashion Kayuagung”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu

1. Bagaimana Kondisi Penjualan pada Butik Ayun *Fashion* Kayuagung?

2. Bagaimana Perancangan Sistem Informasi Katalog Produk Berbasis *Website Canva* pada Butik Ayun *Fashion* Kayuagung?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas. Adapun ruang lingkup pembahasan dari penelitian ini adalah Rancangan Sistem Informasi Katalog produk Berbasis *Website Canva* pada Butik Ayun *Fashion*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Kondisi Penjualan pada Butik Ayun *Fashion*
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Perancangan Sistem Informasi Katalog Produk Berbasis *Website Canva* Pada Butik Ayun *Fashion*

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam pelaksanaan penelitian ini, ialah sebagai berikut

- a. Bagi Perusahaan
Memberikan kemudahan dalam menginformasikan katalog produk yang dimiliki dengan menggunakan web.
- b. Bagi Penulis
Dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan tentang merancang sistem informasi katalog produk dengan menggunakan web.
- c. Bagi Pembaca
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber referensi bagi para pembaca dalam melakukan penelitian lebih lanjut

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam membuat laporan ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Penelitian ini dilakukan pada Butik Ayun *Fashion*, yang beralamatkan di Perumahan Komplek Palem Agung, RT 12, Lk. 6, Kec. Kayuagung, mengenai Bagaimana Kondisi Penjualan pada Butik Ayun *Fashion* dan Bagaimana Merancang Sistem Informasi Katalog Produk berbasis *Website Canva* pada Butik Ayun *Fashion*.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012:137) sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang penulis gunakan sebagai bahan penyusunan laporan akhir ini adalah hasil wawancara langsung ke pemilik Butik Ayun *Fashion*. Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pemilik mengenai sistem yang sedang digunakan dalam menginformasikan katalog produk pada bisnis Butik Ayun *Fashion*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder yang penulis gunakan sebagai bahan penyusunan laporan akhir ini adalah dengan menganalisa atau mempelajari dokumen atau catatan yang digunakan oleh pemilik Butik Ayun *Fashion*. Dokumen tersebut berupa data penjualan, data katalog produk, serta data pendukung lainnya.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir ini yaitu

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan merupakan pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengadakan penelitian ke lapangan secara langsung yang menjadi objek penelitian di Butik Ayun *Fashion*.

1. Pengamatan (*Observation*)

Penulis datang langsung ke tempat penelitian untuk mengamati sistem penyebaran informasi produk yang dilakukan guna memperoleh data dan informasi mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir.

2. Wawancara (*Interview*)

Dalam hal ini, penulis melakukan tanya jawab langsung dengan pemilik Butik Ayun *Fashion* mengenai ruang lingkup kegiatan yang dilakukan oleh bagian khususnya mengenai sistem informasi mengenai katalog produk, guna menambah data yang diperlukan dalam pembuatan Laporan Akhir ini.

b. Riset Kepustakaan (*Liberary Research*)

Dalam pelaksanaan metode tersebut, penulis mempelajari bukubuku yang berkaitan secara langsung dengan penulisan Laporan Akhir ini yaitu sistem informasi pemesanan berbasis online.

1.5.4 Analisis Data

1. Teknik Analisa Kualitatif

Teknik Analisis yang digunakan penulis dalam penyusunan Laporan Akhir ini adalah Data Kualitatif. Menurut Sugiyono (2012:15) “Data Kualitatif adalah data yang dapat dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar”. Dalam metode ini penulis akan melakukan

pembahasan mengenai Perancangan sistem informasi katalog produk berbasis *Website Canva* pada Butik Ayun *Fashion*.

2. Perancangan

Perancangan Merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan dalam membuat sistem baru, dalam hal ini penulis akan melakukan perancangan sistem informasi katalog produk berbasis *website canva*, dalam merancang sistem informasi tentunya dibutuhkan suatu alur rancangan dari sistem tersebut.

Berikut ini merupakan Langkah-langkah dalam merancang sistem informasi katalog produk berbasis *website canva*

1. Input Kebutuhan

Langkah awal pembuatan sebuah sistem informasi katalog produk berbasis *website canva* yaitu dibuat berdasarkan kebutuhan bagi sebuah Perusahaan.

2. Pengumpulan Data

Setelah menganalisa kebutuhan maka dapat diketahui data apa saja yang harus dikumpulkan sebelum merancang.

3. Merancang Sistem

Memilih penggunaan program yang mendukung pembuatan sistem informasi sederhana, lalu data yang telah dikumpulkan sebelumnya akan diurutkan berdasarkan jenis produk yang dijual sehingga data tersebut akan tersusun rapi sesuai dengan kebutuhan.

4. Uji Coba

Setelah merancang sistem informasi tersebut, maka uji coba perlu dilakukan untuk dapat mengetahui apakah *website* yang telah dirancang tersebut berguna bagi perusahaan/organisasi. Apabila ternyata berguna dengan baik, maka dapat dinyatakan berhasil, sebaliknya apabila sistem informasi dinyatakan masih sulit untuk digunakan di Perusahaan tersebut maka *website* dinyatakan gagal.

5. Gagal dan Berhasil

Apabila sistem informasi dianggap gagal, maka harus dilakukan pengecekan kembali untuk melihat kekurangan yang perlu dilengkapi agar sesuai dengan kebutuhan organisasi dan Kembali ke Langkah awal. Tetapi jika dinyatakan berhasil maka dapat mengikuti tahap yang berikutnya yaitu implementasi.

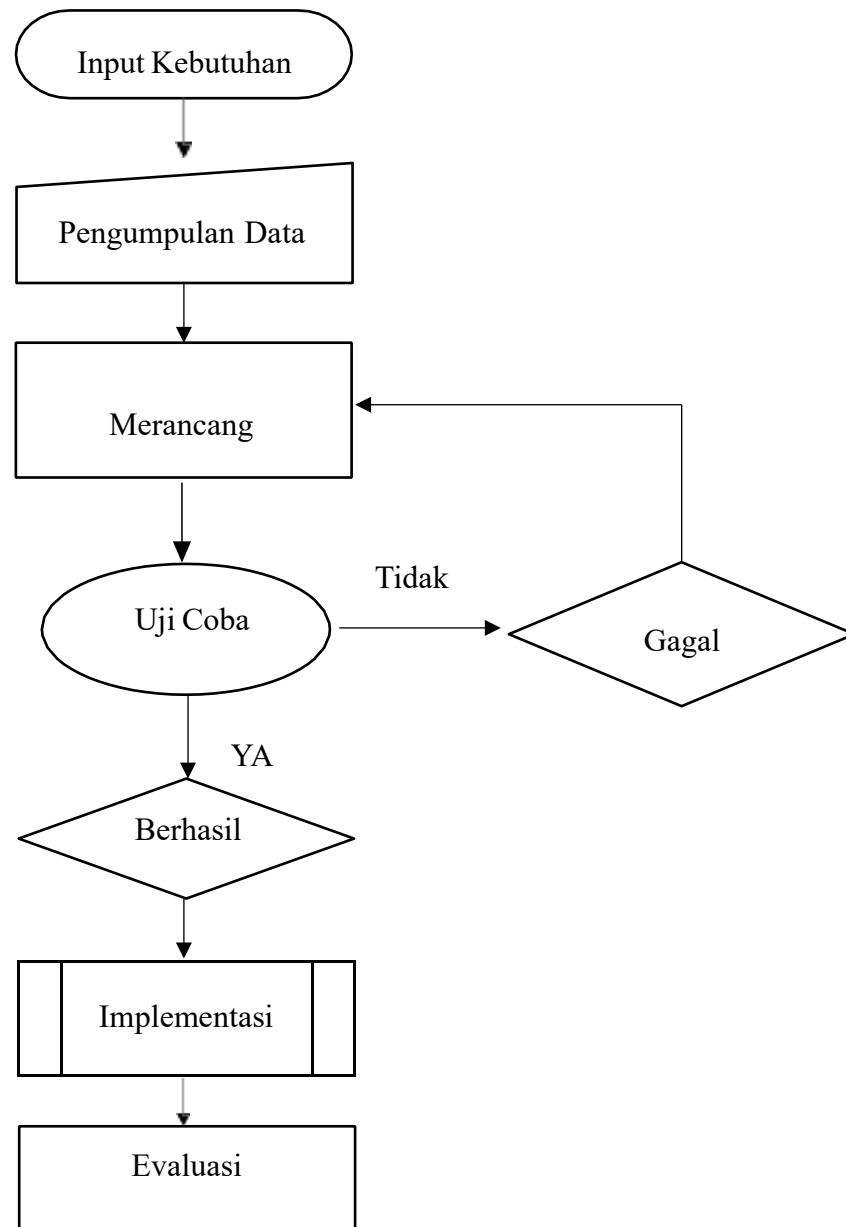
6. Implementasi

Tahap ini merupakan tahap penyesuaian Dimana pemilik harus dapat benar-benar menguasai sistem informasi yang baru dan mengganti metode sistem informasi yang dilakukan sebelumnya dengan metode informasi yang baru.

7. Evaluasi

Setelah dilakukan implementasi kurang lebih satu minggu, maka pengguna dapat mengevaluasi kembali kekurangan ataupun kelebihan dari sistem yang telah dirancang.

Berikut ini merupakan bagan alur (*flowchart*) dalam merancang sistem informasi katalog produk pada Butik Ayun *Fashion*, sebagai berikut:



Gambar 1.1
Alur Perancangan Sistem Informasi Katalog Produk
Pada Butik Ayun *Fashion*
Sumber: Data Diolah, 2024