

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era digital, kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang sangat kompetitif ini terletak pada pemanfaatan teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Salah satunya adalah penggunaan sistem *online* pada perusahaan sebagai media promosi. Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, dan membujuk target konsumen untuk membeli produk. Apabila sebuah perusahaan ingin mempromosikan produknya agar dikenal dan diminati masyarakat luas, maka dapat melakukan promosi dengan cara diantaranya melalui periklanan, publisitas, penjualan tatap muka dan juga bisa promosi berbasis *online*. Promosi berbasis *online* sama dengan promosi pada umumnya, namun promosi yang digunakan berbasis *online* memanfaatkan media internet.

Penggunaan media internet di dunia terus mengalami perkembangan khususnya di Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat dari 2.000.000 menjadi 73.000.000 dalam kurun waktu 15 tahun (2000-2015) dan Indonesia kini berada di urutan ke delapan dari 10 besar peringkat pengguna internet terbanyak di dunia setelah China, India, Amerika Serikat, Brazil, Jepang, Rusia, dan Nigeria (internetworldstats.com, 2015) [1]. Hal tersebut terjadi karena dalam dunia maya, setiap individu dapat berinteraksi dengan individu lainnya tanpa ada suatu pembatas yang menghalangi. Akibat dari perkembangan teknologi internet ini menyebabkan terjadinya perubahan budaya dan pola perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang semula bersifat tradisional menjadi semakin *modern*.

Di zaman *modern* ini, pengguna media elektronik banyak digunakan sebagai sarana komunikasi maupun untuk menjalankan bisnis, salah satunya dengan menggunakan media internet. Internet adalah suatu jaringan global yang

menggunakan standard umum untuk menghubungkan jutaan jaringan yang berbeda. Internet memiliki banyak keuntungan, diantaranya jangkauan sosial yang lebih luas, akses informasi yang luas dan biaya yang minim. Dengan keuntungan tersebut banyak perusahaan yang menggunakannya untuk melakukan aktifitas seperti pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa, dan lain sebagainya dengan menggunakan media elektronik. Aktifitas tersebut sering disebut *e-commerce*

*E-commerce* menjadi sebuah peluang yang membantu pelaku usaha meningkatkan ekonomi bisnisnya dalam skala industri, kecil, menengah, maupun besar. Dengan melibatkan internet, perusahaan lebih mudah mempromosikan produk dan jasanya kepada masyarakat tanpa halangan jarak dan waktu dan melakukan transaksi bisnis dimana saja dan kapan saja selama 24 jam. Sehingga masyarakat lebih banyak berbelanja via *online*, tidak lain hal ini dikarenakan berbelanja via *online* menawarkan manfaat, mulai dari efisiensi ruang, waktu, hingga tenaga.

CV. Klanceng yang terletak di jalan KH. Wachid Hasyim No. 36 Panjunan Kudus merupakan perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan produk herbal berupa jamu. Jenis jamu yang diproduksi di CV. Klanceng berupa jamu serbuk dan jamu instan, jamu-jamu tersebut sudah mendapat izin dari BPOM sehingga sudah terbilang aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Sampai saat ini CV. Klanceng masih menggunakan sistem transaksi secara manual, baik dalam baik dalam pemesanan, pencatatan nota transaksi, hingga pencatatan laporan penjualan.

Dalam penjualan produk herbal, CV. Klanceng belum mencapai target yang diinginkan karena cakupan pasar yang terbatas, pelayanan yang terbatas dan sistem penjualan yang belum optimal. Kurangnya promosi yang dilakukan, sehingga banyak masyarakat di kudu sendiri kurang mengenal CV. Klanceng, ditambah lagi CV. Klanceng tidak memiliki cabang di kota lain selain Kota Kudus sehingga sulit melakukan promosi di luar wilayah. Pelanggan yang ingin melakukan transaksi harus datang langsung ke perusahaan dan hanya dapat bertransaksi pada saat jam kerja, tidak dapat bertransaksi 24 jam. Sehingga

pelanggan yang berada luar Kudus akan menghabiskan waktu dan biaya untuk membeli produk, apabila pelanggan melakukan transaksi via telepon maka rentan terjadinya kesalahan pencatatan. Hal-hal tersebut menjadi hambatan CV. Klanceng yang ingin memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, memperluas jangkauan pemasaran untuk mendapatkan pelanggan baru yang sebagian besar para pengguna internet, dan memudahkan pencatatan transaksi dan laporan.

Solusi yang diajukan untuk mengatasi masalah CV. Klanceng adalah dengan menerapkan *e-commerce* yang dianggap sesuai dalam mengatasi hambatan-hambatan di atas. Oleh karena itu, penulis berusaha merancang dan membuat aplikasi web *e-commerce* agar penjualan jamu pada CV. Klanceng lebih efektif dan efisien. Dari penelitian ini, penulis mengangkat topik sistem informasi yang berjudul “Aplikasi E-Commerce Jamu Tradisional Pada CV Klanceng Kudus”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana membangun *e-commerce* pada CV. Klanceng, sehingga dapat memudahkan transaksi penjualan, pelayanan order 24 jam kepada pelanggan, meminimalkan kesalahan saat proses transaksi, serta diharapkan dapat melakukan promosi sehingga memperluas daerah pemasaran, dan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak meluas dan tidak terjadi penyimpangan permasalahan serta tujuan utama tercapai, maka batasan masalah yang dikaji penulis sebagai berikut:

1. Proses pembangunan aplikasi *e-commerce* pada CV. Klanceng Kudus pada bagian admin mengenai transaksi meliputi pengelolaan produk, kategori produk, ongkos kirim, pemesanan, penjualan, dan laporan penjualan.
2. Pada halaman website pelanggan berisi profil, order pelanggan, konfirmasi order, dan konfirmasi pembayaran.

3. Pembayaran yang dilakukan masih menggunakan transfer ke rekening, belum menggunakan media online.
4. Dalam pembangunan aplikasi *e-commerce* ini dibuat dengan menggunakan *Macromedia Dreamweaver* dan *notepad++*, *database management system*-nya menggunakan *SQLyog*, *xampp* sebagai *server*-nya, dan *browser* yang digunakan adalah *google chrome*.
5. Penggunaan aplikasi *e-commerce* dalam pemasaran hanya mencakup wilayah indonesia.
6. Pada pembangunan aplikasi *e-commerce*, tidak dibahas tentang retur penjualan atau pengembalian produk yang telah dikirim.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari laporan tugas akhir yang dibuat oleh penulis ini adalah untuk menghasilkan aplikasi *e-commerce* pada CV. Klanceng Kudus sehingga dapat memudahkan transaksi penjualan, pelayanan order 24 jam kepada pelanggan, meminimalkan kesalahan saat proses transaksi, serta diharapkan dapat melakukan promosi sehingga memperluas daerah pemasaran, dan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat dicapai dari penulisan ini adalah

1. Penulis  
Menambah pengetahuan dan wawasan penulis di bidang pembangunan program *e-commerce* serta untuk menyelesaikan tugas akhir yang menjadi salah satu syarat kelulusan di Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
2. Akademik ( Universitas Dian Nuswantoro )  
Dapat menambah buku-buku karya ilmiah di perpustakaan akademik. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian selanjutnya.

3. Perusahaan CV. Klanceng

Dapat membantu promosi dalam rangka memperluas area pemasaran, meningkatkan dan mempermudah kegiatan penjualan jamu di CV. Klanceng Kudus.