

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Chandra Electronic adalah perusahaan *retail* elektronik yang pertama kali tumbuh dan berkembang di Sidoarjo serta melayani kebutuhan masyarakat Sidoarjo akan produk-produk elektronik murah dan berkualitas, yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. PT. Chandra Electronic berdiri pada tahun 1985 dan *showroom* pertama kami berada di pusat Sidoarjo, atau lebih tepatnya berlokasi di Jl. Gajah Mada No. 120 Sidoarjo. Selama lebih dari dua puluh lima tahun, PT. Chandra Electronic selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada para *customer*. Mulai dari peningkatan mutu pelayanan terhadap *customer*, penyediaan *showroom* yang nyaman, luas dan mudah dijangkau serta penyediaan produk-produk elektronik murah yang tidak sekedar murah, tapi juga berkualitas. Setelah perjalanan puluhan tahun PT. Chandra Electronic melayani dan menyediakan kebutuhan masyarakat Sidoarjo akan produk-produk elektronik murah dan berkualitas, sekarang PT. Chandra Electronic juga hadir di Surabaya, kota metropolis terbesar ke-dua setelah Jakarta. Bertempat di Jl. Kertajaya No. 119, Surabaya, dengan *showroom* luas dan nyaman, PT. Chandra Electronic kini hadir untuk melayani kebutuhan masyarakat Surabaya akan produk-produk elektronik murah dan berkualitas.

Saat ini PT. Chandra Electronic ingin meningkatkan *level* penjualannya dengan cara mengembangkan penjualannya ke luar Surabaya untuk mencari keuntungan penjualan yang lebih besar. Penjualan selama ini hanya mencakup

wilayah Sidoarjo dan Surabaya saja, sedangkan sekarang PT. Chandra Electronic sudah mulai banyak kedatangan *order* dari luar Surabaya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengiriman barang keluar Surabaya, yaitu dari Kediri, Jombang, Madiun, Gresik, dan banyaknya komentar di *blog*, telepon dari masyarakat diluar Surabaya yang tertarik menanyakan penawaran harga, ingin mengetahui detail produk, dan cara pembelian produk dari PT. Chandra Electronic.

Mekanisme promosi yang terjadi di PT. Chandra Electronic saat ini masih menggunakan *blog*, brosur yang berisi foto produk dan pamflet dalam mempromosikan produknya, sedangkan mekanisme promosi menggunakan brosur dan pamflet dirasa masih kurang maksimal, karena kurangnya informasi yang diberikan mengenai detail produk-produk yang ditawarkan, promosi menggunakan *blog* juga dirasa *customer* kurang bagus, karena *blog* tidak bisa melakukan transaksi pembelian barang, *blog* PT. Chandra Electronic saat ini hanya menampilkan informasi produk, alamat, dan nomer telepon perusahaan saja, hal ini diimbangi dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang teknologi informasi, oleh karena itu masyarakat membutuhkan akses transaksi jarak jauh dan informasi produk yang efektif dan efisien sehingga bisa dibandingkan dengan produk toko elektronik yang lain. Selain beberapa fakta tersebut, memperluas daerah penjualan dengan cara membuka stand didaerah lain juga membutuhkan dana yang tidak sedikit karena faktor biaya sewa stand, biaya pekerja, biaya peralatan pendukung, dan biaya-biaya lainnya dibandingkan dengan alternatif penjualan berbasis *web*.

Sedangkan untuk proses bisnisnya sekarang masih menggunakan sistem konvensional, yaitu *customer* yang ingin membeli dan mencari tahu produk baru dari PT. Chandra Electronic langsung datang ke *showroom* PT. Chandra Electronic untuk mencari dan memilih barang yang akan dibeli, *customer* juga dapat melihat-lihat dan mencoba barang elektronik yang akan dibeli. Jika *customer* sudah memutuskan akan membeli suatu barang, maka barang tersebut bisa dibawa langsung ke kasir untuk dihitung harganya dan dibuatkan nota, kemudian barang akan dimasukkan ke dalam kardus segera setelah *customer* membayar barang tersebut di muka, hingga akhirnya dibawa pulang. Apabila barang yang mau dibeli oleh *customer* habis maka *customer* harus menunggu sampai barangnya ada, dan siap di jual, *customer* yang ingin memesan barang untuk beberapa hari kedepan juga harus menunggu konfirmasi datangnya barang dari pihak PT. Chandra Electronic.

Berdasarkan fakta-fakta yang terjadi maka diperlukan suatu sistem yang dapat menangani masalah tersebut, salah satunya yaitu dengan membangun suatu sistem penjualan berbasis *web* yang memiliki fungsi-fungsi penjualan, promosi, dan proses transaksi, sehingga dapat membantu PT. Chandra Electronic untuk memperoleh pendapatan yang lebih besar.

Dengan adanya sistem yang baru ini maka dapat membantu PT. Chandra Electronic untuk memperluas pemasaran produknya, mengurangi biaya-biaya sewa stand, membantu promosi produk, memudahkan untuk bertransaksi jarak jauh dengan *customer*, memudahkan masyarakat dalam mencari informasi detail produk, meningkatkan pendapatan PT. Chandra Electronic, dan memudahkan

manajer untuk mengevaluasi laporan keuntungan, penjualan, stok, *best seller*, dan promo karena bisa diakses dimanapun berada.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu, bagaimana merancang dan membangun aplikasi penjualan barang elektronik berbasis *web* yang dapat membantu proses penjualan, proses promosi dan mempermudah bertransaksi jarak jauh pada PT. Chandra Electronic Sidoarjo?

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam sistem ini, agar tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai maka pembahasan masalah dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang di pakai untuk study kasus adalah PT. Chandra Electronic Sidoarjo.
2. Sistem promosi penawaran menggunakan metode *up selling*, analisis penawaran hanya berdasarkan merk, kategori produk, dan harga saja.
3. Pemesanan dibatasi hanya untuk wilayah Indonesia.
4. Aplikasi tidak membahas kredit, retur, laba rugi, hutang dagang, pengadaan barang, dan perhitungan akuntansi.
5. Aplikasi *web* yang dibuat dapat koneksi dengan kasir dan gudang.
6. Aplikasi yang dibuat tidak membahas analisa spesifikasi produk dan analisa minat beli *customer* terhadap beberapa tipe merk dan produk.
7. Tidak membahas keamanan dalam bertransaksi, keaman jaringan hanya sebatas *user* dan *password*.

8. Pembayaran hanya dengan cara transfer lewat rekening.
9. Merk yang dijual hanya Samsung, Lg, dan Sharp.
10. Barang diasumsikan dalam kondisi baik, diasumsikan tidak ada penipuan, dan pembatalan transaksi.

1.4 Tujuan

Tujuan dari pembuatan sistem ini adalah menghasilkan aplikasi penjualan barang elektronik berbasis *web* yang dapat membantu proses penjualan, proses promosi dan mempermudah bertransaksi jarak jauh pada PT. Chandra Electronic Sidoarjo.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir yang berjudul “Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Barang Elektronik Berbasis *Web*” adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum penulisan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, dan keterangan mengenai sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang teori yang mendukung pokok pembahasan tugas akhir yang meliputi antara lain perancangan sistem, rekayasa perangkat lunak, toko *online*, penjualan, promosi penjualan, *up selling*, dan PHP.

BAB III : PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan mengenai analisis permasalahan, desain arsitektur, perancangan pengambilan data, blok diagram, *system flow diagram*, *HIPO*, *data flow diagram*, *entity relationship diagram* dan desain *input output* dilengkapi beserta desain uji coba.

BAB IV : EVALUASI DAN IMPLEMENTASI

Bab ini menjelaskan tentang implementasi dari program, berisikan langkah-langkah implementasi dari perancangan program dan hasil implementasi dari program.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang menjawab pernyataan dalam perumusan masalah dan beberapa saran yang bermanfaat dalam pengembangan program di waktu yang akan datang.