

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin maju membuat setiap perusahaan melakukan pemasaran dengan cara tersendiri dan berbeda-beda. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi (*marketing mix*).

UD. Madura Sari adalah salah satu usaha kecil obat tradisional (UKOT) dengan alamat Jl. Pahlawan No.21, Sampang, Kabupaten Sampang yang telah berdiri sejak tahun 1919 dan diproduksi oleh Nyai Hj. Hayatie Waladi D.H. Permintaan konsumen terhadap produk jamu Madura Sari mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari grafik 1.1 Total pendapatan UD. Madura Sari dari tahun 2011-2016.



Grafik 1.1 Total Pendapatan UD. Madura Sari Tahun 2011-2016

Permasalahan tersebut juga diikuti dengan masuknya perdagangan bebas AFTA (*Asean Free Trade Area*) tahun 2003 yang lalu hingga sekarang, hampir semua organisasi bisnis menghadapi persaingan dan tantangan dalam suatu lingkungan yang sarat dengan perubahan.

Sistem penjualan yang sudah UD. Madura Sari dilakukan selama ini adalah jejaring sosial berupa *facebook* maupun *instagram* dan terbatas hanya beberapa

orang yang tergabung dengan akun media sosial Madura Sari. Belum terdapatnya media pemasaran secara *online* seperti aplikasi *e-commerce* menjadikan salah satu kendala bagi perusahaan. Konsumen akan kesulitan untuk memperoleh informasi mengenai UD. Madura Sari sehingga perusahaan tersebut kurang dikenal banyak orang.

E-commerce adalah proses perdagangan berbagai produk secara elektronik yang dilakukan oleh perusahaan ke konsumen atau perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara bisnis (Laudon dan Laudon 1998). Aplikasi *e-commerce* berfungsi sebagai pemasaran, penjualan dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terutama dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan masalah tersebut perlu adanya sebuah *website* yang dapat membantu penyampaian informasi produk dan harga secara detail kepada konsumen, informasi – informasi tersebut yang dibutuhkan akan didapatkan kapan saja dan dimana saja, dapat menjelaskan bagaimana perusahaan melakukan kegiatannya serta memperluas jangkauan pemasaran perusahaan. Maka diperlukan sebuah perancangan aplikasi *e-commerce* pada UD. Madura Sari menggunakan metode *unified software development process*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana sistem penjualan yang sedang berjalan pada UD. Madura Sari?
2. Bagaimana merancang sistem aplikasi *e-commerce* yang diusulkan yang dapat membantu dalam pengolahan data penjualan dengan berbasis website?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk merancang aplikasi *e-commerce* berbasis website *business to consumer* pada UD. Madura Sari.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka diberikan batasan masalah dalam pembuatan penelitian ini, yaitu :

1. Penyajian informasi penjualan meliputi informasi jenis produk dengan fasilitas informasi pemesanan, konfirmasi pembayaran dan cek produk
2. Proses pemesanan barang ditampilkan pada website hanya sampai dengan proses pembayaran yang harus dilakukan oleh konsumen

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu rancangan sistem *e-commerce* untuk aplikasi website pada industri jamu di UD Madura Sari yang akurat dan tepat waktu, serta memudahkan dalam proses jual dan beli.