

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, banyak orang memahami teknologi yang terus menjadi maju buat memudahkan melaksanakan bermacam aktivitas dalam kehidupan. Perkembangan di aspek pemindahan, komunikasi, sistem, serta aspek yang lain ialah contoh- contoh kalau orang terus menjadi membutuhkan teknologi dalam kehidupan ini. Dikala ini bumi sudah memahami sesuatu teknologi yang diucap dengan internet. Dengan internet seluruh orang bisa berbicara dengan orang lain yang terletak di bermacam bagian bumi. Lewat internet, tiap orang bisa mendapatkan serta mengantarkan bermacam data yang diperlukan bila saja serta dimana saja. Saat ini dengan adanya internet, orang bisa melaksanakan bidang usaha lebih gampang. (Widodo & Wijayanti, 2020). Pemakaian teknologi diharapkan bisa membagikan khasiat yang besar kepada bumi bidang usaha yang bersaing itu. Industri yang sanggup bersaing dalam pertandingan itu merupakan industri yang sanggup menerapkan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu tipe aplikasi teknologi dalam perihal tingkatan kompetisi bidang usaha serta pemasaran produk merupakan memakai electronic commerce (e-commerce) buat menjual bermacam berbagai produk ataupun pelayanan, bagus dalam wujud raga ataupun digital.

Dalam pemakaian teknologi itu, bermacam pihak yang terpaut dengan industri semacam penanam modal, pelanggan, penguasa juga hendak turut berfungsi. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, telah menjadikan internet sebagai suatu hal yang umum bagi masyarakat. Dan perusahaan menggunakan media internet untuk meningkatkan produk dan jasa layanan secara virtual untuk meningkatkan penjualan. Pemanfaatan sistem penjualan berplatform website ataupun lebih diketahui dengan *e-commerce* yang artinya penjualan secara elektronik.

(Andini et al., 2022) mengatakan bahwa dengan terdapatnya e-commerce, klien tidak butuh lagi menghadiri tempat pedagang produk sebab perihal itu amatlah tidak berdaya guna untuk para klien yang memiliki banyak aktivitas yang amat padat. Tetapi, dengan terdapatnya layanan ini klien bisa memesan produk serta layanan yang mereka mau bila juga serta dimana juga mereka terletak sepanjang 24 jam. Tidak hanya itu, e-commerce pula bisa memesatkan cara antaran produk yang di idamkan oleh klien biar bisa ditindak lanjuti sedini bisa jadi oleh industri fasilitator produk serta layanan alhasil industri bisa membagikan layanan terbaik untuk pelanggannya. Eksploitasi e-commerce ini hendak lebih terasa khasiatnya terlebih lagi buat industri bernilai kecil serta menengah semacam pada Indonetnetwork.

Penyusunan sistem merupakan deskripsi, pemograman, serta pembuatan coretan ataupun pengaturan dari sebagian bagian yang terpisah kedalam sesuatu kesatuan yang utuh serta berperan (Hasyim, dkk, 2014). Dari penafsiran diatas Pengarang merumuskan kalau Rancang Bangun merupakan langkah dini dari membuat cerminan serta wujud coretan yang belum sempat terbuat serupa sekali kemudian diatur jadi cerminan ataupun coretan yang mempunyai guna yang di idamkan. Arti dari sistem pemasaran, sesuatu cara lewat prosedur- prosedur yang mencakup antrean aktivitas semenjak diterimanya antaran dari konsumen, kir benda terdapat ataupun tidak terdapat serta diteruskan dengan pengiriman benda diiringi dengan pembuatan faktur serta melangsungkan pencatatan atas pemasaran yang legal (Mcleod, Raymond, 2001). Sistem pemasaran serta advertensi produk lewat internet lagi bertumbuh cepat. Industri yang menggunakan teknologi berplatform website selaku sesuatu strategi industri dalam menawarkan produk pada semua pelanggan tanpa wajib dibatasi oleh ruang serta durasi. Mulai dari industri besar sampai upaya kecil serta menengah sudah menghasilkan sistem pemasaran dengan cara online selaku alat advertensi yang ekonomis serta terjangkau (Heldiansyah, dkk 2015). Dengan memandang kemajuan sistem data yang terdapat, perihal ini amat pas buat menggunakan website selaku alat buat mengiklankan sesuatu produk (E- Commerce).

Peranan UMKM memiliki pengaruh yang besar dalam memajukan perekonomian Indonesia, meningkatkan pendapatan masyarakat dan membantu dalam mengurangi pengangguran karena dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Eksploitasi teknologi data dalam melaksanakan bidang usaha ataupun kerap diketahui dengan sebutan (e-commerce) untuk industri kecil bisa membagikan elastisitas dalam penciptaan, membolehkan pengiriman ke klien dengan cara lebih kilat (Akmalia, 2018). Dengan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM, hingga diperlukan suatu sistem data pemasaran berplatform website, perihal ini amatlah berarti sebab dengan terdapatnya suatu sistem ini hendak bisa menanggulangi hambatan yang terdapat. Klien hendak bisa mengakses data yang diperlukan bila saja serta dimana saja. Dengan begitu para pelaku UMKM bisa meluaskan capaian penjualan tanpa wajib menghabiskan banyak durasi serta bayaran.

Di Kota Surabaya sendiri banyak terdapat UMKM yang hadapi penyusutan penghasilan yang diakibatkan oleh penyusutan pemasaran. Kondisi ini pula di perburuk oleh era sistem corona. Buat menanggulangi perihal itu UMKM butuh melaksanakan ekspansi dalam pemasaran bahan-bahan yang mereka untuk. Salah satu UMKM yang terserang hendak akibat corona merupakan UMKM dalam Indonetwork ialah Dua Putra Petir dengan sasaran yang menyusut sistem, metode pemasaran yang dicoba oleh UMKM dengan cara offline ialah dengan metode menjualkan lewat facebook, Instagram serta yang lain serta belum ada terdapatnya web gerai online alhasil pelanggan yang jauh dari posisi tidak dapat buat memandang wujud serta rincian produk itu, pasti saja ini hendak pengaruhi keuntungan pada Dua Putra Petir alhasil butuh dibuatnya web pemasaran online pada UMKM ialah Dua Putra Petir di Indonetwork. Pelanggan pula kesusahan buat memperoleh data mengenai bermacam produk serta merk yang dijual sebab penjualan produk cuma dipromosikan ditoko. Dikala ini sistem pemasaran produk besi di Dua Putra Petir yang terdapat di Indonetwork sedang buku petunjuk, semacam advertensi produk sedang memakai banner serta tidak terdapatnya pemasaran

online yang bisa memudahkan pelanggan Dua Putra Petir dalam meluaskan area penjualan. Lewat eksploitasi sistem data pemasaran produk UMKM Dua Putra Petir berplatform web ini, diharapkan sanggup tingkatkan pemasaran serta ekspansi penjualan untuk UMKM Dua Putra Petir dalam Indonetwork.

Buat membongkar kasus itu. peneliti membuat suatu web akun toko online yang bisa dipakai buat meluaskan capaian pemasaran serta penjualan produk, supaya pelanggan dengan gampang mengakses tiap produk yang dibutuhkan dengan cepat dan efektif. Dibangunnya suatu web online itu supaya UMKM Dua Putra Petir Indonedtwork yang sedang melaksanakan pemasaran serta penjualan yang bertabiat konvensional (Offline) bisa memakainya selaku sesuatu alat buat mengiklankan bahan- bahan yang dijualnya, supaya bisa diketahui lebih besar serta amat diharapkan buat bisa memudahkan pelanggan buat tidak sistem langsung ke gerai buat membeli benda ataupun produk dari UMKM Dua Putra Petir Indonetwork. Dalam riset ini hendak terbuat sesuatu sistem data pemasaran produk UMKM berplatform website dengan memakai system pendukung sublime text selaku pengedit, sistem pemrograman PHP serta databasenya memakai MySQL selaku dasar informasi (Anharudin, 2017). Data ialah bagian yang berarti serta bernilai dalam bumi bidang usaha. Data yang cermat serta pas durasi hendak menolong para pelakon bidang usaha dalam mengutip ketetapan serta memastikan langkah- tahap yang wajib dicoba buat menjaga serta meningkatkan upaya bisnisnya.

Banyak para pelaku bisnis bidang usaha yang menggunakan internet buat tingkatkan jumlah pemasaran mereka, mengenang internet tidak memahami batasan ruang. Salah satu tahap yang mereka ambil merupakan dengan membuat aplikasi web buat memodifikasi sistem data pemasaran mereka. Sistem pemasaran yang berjalan dikala ini di Toko Besi Dua Putra Petir ialah tiap pelanggan wajib menghadiri gerai dengan cara langsung buat melakukan bisnis pembelian produk, alhasil kurang efisien untuk mereka yang rumahnya bermukim jauh dari gerai. Sistem pencatatan bisnis pemasaran yang terdapat di Toko Besi Dua Putra Petir dengan menggunakan catatan setelah itu di tulis ke dalam buku nota besar untuk membantu owner dalam mencari informasi produk, mengenali jumlah persediaan serta

informasi informasi pemasaran yang terdaftar dalam nota buku besar. Dua Putra Petir ialah gerai yang bergerak di aspek pemasaran bermacam berbagai produk semacam: besi batu, besi hermesh, besi baja, besi kawat, serta sedang banyak lagi. Buat mengonsep sistem data Pengerjaan informasi yang berplatform website bisa memudahkan pengaksesan informasi serta pencarian informasi alhasil bisa menolong memesatkan pengumpulan ketetapan buat owner. Dengan menganalisa informasi memakai tata cara waterfall.

Ada pula kasus dalam riset ini ialah gimana mengonsep sistem data pemasaran produk Besi berplatform website pada toko Dua Putra Petir. Sebaliknya tujuan dari riset ini buat menganalisa serta mengonsep sistem data pemasaran produk Besi berplatform website pada gerai Besi Dua Putra Petir. Didalam menganalisa konsep sistem data, dibutuhkan survey cetak biru sistem untuk mengakulasi informasi dini setelah itu diolah jadi kesimpulan data konsep, menganalisa data yang lagi berjalan untuk mencari gejala pada fenomena yang terjadi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Kasus yang dialami oleh pihak UMKM Dua Putra Petir mulai dari pemasaran, bisnis atau tata cara pembayaran yang sedang buku petunjuk dengan pelanggan, serta System pemasaran yang bertabiat konvensional. Sepanjang ini pihak UMKM Dua Putra Petir Indonetwork belum melaksanakan pemasaran dengan cara online memakai web, setelah itu bisnis pembayaran yang dicoba pula sedang dengan cara buku petunjuk dicoba dengan cara kas ataupun melunasi dengan cara langsung dengan bertatap wajah. Bersumber pada dari kerangka balik permasalahan yang dikemukakan diatas, hingga bisa didetetapkan kesimpulan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana UMKM yang ada di Indonetwork bisa menjual produk secara digital dengan mempermudah sarana dalam pembelian wilayah jarak jauh untuk calon konsumen yang bisa dilakukan pembayaran secara transfer via rekening?
2. Bagaimana UMKM dari Dua Putra Petir bisa mengakses informasi penjualan dari website nya?

Berdasarkan permasalahan diatas, membuat penulis untuk melakukan

penelitian yang berjudul “Analisis Perancangan Sistem Informasi Penjualan Umkm Dua Putra Petir Indonetwork Berbasis Website”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini merupakan mengonsep serta membuat sistem pemasaran berplatform website. Tidak hanya itu, penelitian ini pula bermaksud buat membagikan jasa pemesanan produk lewat sistem pemasaran berplatform website. Hasil penelitian ini diharapkan bisa jadi materi masukan ataupun rujukan yang berguna untuk industri dalam cara fasilitator layanan pemasaran. Tidak hanya itu, penelitian ini dipakai buat menaikkan wawasan serta pengalaman dalam mengaplikasikan sistem pada praktik yang sesungguhnya.

1. Mengonsep serta membuat suatu sistem data pemasaran berplatform web serta Mengonsep sistem yang bisa dipakai UMKM Dua Putra Petir Indonetwork serta pelanggan hendak melaksanakan bisnis pembelian serta pembayaran jarak jauh melalui memindahkan rekening dengan upload bukti pembayaran melalui chat grup WhatsApp.
2. Membantu UMKM dari Dua Putra Petir untuk merekap data tentang informasi penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini untuk para pelaku UMKM diantaranya merupakan tingkatkan pemasaran produk UMKM, jaringan advertensi, tingkatkan capaian penjualan, tingkatkan jasa kepada customer, memudahkan serta memesatkan bisnis antara pihak UMKM dengan customer. Diharapkan pula dengan terdapatnya sistem ini bisa menolong dalam meluaskan area pasarnya serta membolehkan calon pelanggan buat mendapatkan informasi serta data dan berbisnis tanpa wajib sistem ke posisi. Dan pula bisa menaikkan pengetahuan hal aplikasi sistem data pemasaran produk UMKM Indonetnetwork berplatform website buat meluaskan wilayah pasar.

Toko online adalah situs web tempat konsumen membeli produk atau layanan. Jenis situs ini paling sering disebut sebagai situs *e-commerce* atau situs “B2C” (Bisnis ke Konsumen). Toko online harus memberikan informasi luas tentang produk/layanan yang ditawarkan yang tidak hanya membantu dalam menarik konsumen, tetapi memberi mereka kepercayaan yang cukup pada penjual dan produk/layanan untuk mengambil Langkah berikutnya yaitu melakukan pembelian online. Toko online juga harus menyediakan fitur pembayaran secara online termasuk notifikasi via *e-mail* atau *text messages*. Jika memungkinkan, situs juga harus dapat memberi informasi kapan barang dikirim, dan kapan barang akan diterima dan telah diterima.

Bagi mahasiswa penelitian ini bisa dijadikan pangkal rujukan serta pengetahuan untuk mahasiswa. Ada pula khasiat dari penelitian ini antara lain :

1. Mempermudah dalam pemesanan berbagai macam besi pada toko DuaPutra Petir
2. Mempersingkat waktu dalam pemesanan dan dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun.
3. Sebagai persyaratan bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III (D.III) Entrepreneurship pada Universitas Trunojoyo Madura.