

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Dalam kondisi pasar global yang semakin kompetitif, perusahaan mencari strategi yang dapat diterapkan dari manapun asalnya, dengan maksud agar dapat mengadopsi sesuai dengan budayanya. Keunggulan kompetitif sangat diperlukan perusahaan yang ingin sukses di pasar. Keunggulan kompetitif dapat diperoleh dengan berbagai cara, antara lain dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, lebih cepat, lebih murah, dan berbeda dari pesaingnya atau berusaha secara terus menerus meningkatkan kualitas produknya (Basu Swasta, 2009).

Produk adalah sesuatu yang dinilai potensial oleh target pasar karena keunggulannya atau utilitas yang dapat dihasilkannya, dapat berwujud obyek, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide-ide. Keputusan tentang produk merupakan keputusan strategi yang sangat penting karena mempengaruhi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang, yang mempengaruhi semua fungsi dan semua tingkat dalam organisasi bisnis. Pasar sasaran mempengaruhi strategi portofolio produk. Sedangkan keputusan tentang produk mempengaruhi strategi harga, promosi dan saluran distribusinya. Karakteristik pembeli berpengaruh terhadap strategi distribusi, dan strategi distribusi akan berpengaruh terhadap harga dan strategi promosi (Kotler, 2002).

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler (2002), bahwa titik tolak disiplin penjualan terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan manusia adalah suatu kondisi tentang hilangnya beberapa kepuasan dasar yang dirasakan, sedangkan keinginan adalah hasrat akan alat pemuas yang spesifik tentang kebutuhan – kebutuhan yang lebih dalam.

CV Abi Manyu Bina Mandiri yang beralamatkan Jl. Urip Sumoharjo, Way Halim Permai, Way Halim, Kota Bandar Lampung, Lampung 35122, Indonesia perusahaan tersebut bergerak dibidang penjualan mobil *second*. Dalam strategi penjualan masih dilakukan dengan cara menggunakan spanduk atau banner dilokasi toko dan tidak adanya penyebaran brosur-brosur sehingga dirasa kurang efektif dalam strategi penjualan. Tujuan utama perencanaan strategi agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Karakteristik penurunan biaya interaksi, peningkatan transparansi dan pelayanan kepada pelanggan juga sangat menarik untuk diterapkan dalam kegiatan penjualan. Penjualan melalui media situs web dikenal dengan istilah sistem informasi penjualan berbasis web. Selain mempermudah promosi juga memiliki peluang yang sangat signifikan dalam memperluas pangsa pasar (Bernadi, 2013). Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penelitian ini penulis akan mengangkat judul proposal yang berjudul **“Sistem Informasi Penjualan Mobil *Second* Berbasis Web (Studi Kasus: CV Abi Manyu Bina**

Mandiri)". Dengan diterapkannya Sistem Informasi Berbasis *Website*, diharapkan dapat memudahkan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis mengambil suatu rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana cara merancang suatu aplikasi berbasis *web* yang berfungsi untuk mendukung penjualan produk *showroom* CV Abi Manyu Bina Mandiri?
2. Bagaimana cara meningkatkan dan memperluas penjualan untuk produk pada CV Abi Manyu Bina Mandiri?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk merancang suatu sistem informasi penjualan dengan menggunakan *website* dan untuk memperbaiki tingkat penjualan dalam segmen pemasaran.
2. Untuk transaksi tawar menawar melalui *website* ini dapat dilakukan kapan saja tanpa batas ruang dan waktu.

1.4. Batasan Masalah Penelitian

Sesuai dengan judul laporan proposal, penulis membatasi pembahasan laporan proposal ini agar tidak menyimpang dari objek pembahasan yang diinginkan sebagai berikut:

1. Proses penjualan hanya dilakukan dengan produk penjualan mobil *second*.

2. *Penginputan* data seperti data produk dilakukan oleh *admin*.
3. Proses *input* data pemesanan dilakukan oleh pelanggan dengan mengakses *website* CV Abi Manyu Bina Mandiri setelah melakukan *registrasi*.
4. Keluaran atau *output* yang dihasilkan dari sistem *website* ini adalah informasi produk, informasi pembelian dan laporan penjualan.

1.5. Manfaat/Kontribusi Penelitian

Manfaat atau kontribusi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Mempermudah kinerja karyawan yang berada di *showroom* dalam membantu calon pembeli mendapatkan informasi mobil yang diinginkan pada CV Abi Manyu Bina Mandiri.
2. Mempersingkat waktu dan lebih efisien dalam biaya, *customer* tidak perlu dating ke *showroom* hanya untuk melihat mobil ataupun promo yang ada pada CV Abi Manyu Bina Mandiri.

1.6. Kelebihan dan Kelemahan Sistem

1. Kelebihan:

Memudahkan strategi pemasaran perusahaan dalam meningkatkan penjualan pada CV Abi Manyu Bina Mandiri.

2. Kelemahan:

Sistem tidak dapat mengetahui jumlah penjualan setiap harinya sehingga tidak dapat memantau penjualan setiap harinya.