

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi terus berkembang dengan pesat, perkembangan teknologi informasi tersebut berdampak pada segala aspek baik itu, perdagangan, pendidikan, organisasi dan lain sebagainya, melalui teknologi informasi berbagai informasi dapat dengan mudah diperoleh salah satunya menggunakan website (Anwar & Syafnur, 2018)

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan *manajerial* dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan usahakan melalui penciptaan, pertukaran yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaan seseorang atau kelompok. (Lukman, 2016)

Extreme Programming (XP) adalah metodologi pengembangan perangkat lunak yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas perangkat lunak dan tanggap terhadap perubahan kebutuhan pelanggan. Jenis pengembangan perangkat lunak semacam ini dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas dan memperkenalkan pos pemeriksaan dimana persyaratan pelanggan baru dapat diadopsi. Tahapan-tahapan dari *Extreme Programming* terdiri dari *planning* seperti memahami kriteria pengguna dan perencanaan pengembangan, *designing* seperti perancangan *prototype* dan tampilan, *coding* termasuk pengintegrasian, dan yang terakhir adalah *testing* (Pressman, 2012).

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun

dinamisyangmembentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.(Rahmat & Octaviano, 2016)

Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. (Subianto & Resky Ferdian, 2011) hal yang seperti ini harus di perhatikan oleh PT. Prabutirta Jaya lestari untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, social budaya, ekonomi, dan teknologi pemesanan barang.

Dari sisi perusahaan yaitu secara garis besar peranan teknologi informasi dan peranan teknologi internet menjadi syarat utama dalam melakukan penelitian yang di lakukan oleh peneliti, dan berdasarkan hasil wawancara, kuisisioner serta pengamatan melalui google untuk mengetahui apakah ada website resmi untuk pemesanan produk yang di miliki PT. Prabutirta Jaya Lestari, hal yang dilakukan oleh peneliti kepada industri air mineral dalam kemasan, dapat di ketahui bahwa untuk proses pemesanan barang di PT. Prabutirta Jaya Lestari masih menggunakan cara yang lama yaitu seperti menggunakan via telepon (berbayar) dan media social seperti *facebook* serta instagram untuk pemasaran yang mencantumkan nomor telpon perusahaan atau menelpon sales dari tripanca tersebut dengan pulsa berbayar, bahkan pelanggan harus datang ke tripanca.

Para pelanggan kini berfikir selektif dan pintar, karena internet memegang peranan penting dalam memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi pemesanan air mineral. internet juga menjadi pasar potensial bagi banyak perusahaan untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, internet merupakan salah satu pendukung dalam kehidupan sehari-hari, pelanggan kini semakin dipermudah dalam melakukukan transaksi pemesanan air mineral serta tidak perlu takut

kehilangan bukti transaksi pembelian (penyimpanan data transaksi) dan pelanggan semakin terbiasa dengan system yang baru, pelanggan juga dapat memberikan masukan terhadap aplikasi yang dirancang oleh pengembang dari perusahaan lain.

Dari sisi pelanggan yaitu ketidaktahuan mengenai harga asli yang ditetapkan oleh perusahaan tripanca untuk setiap produk yang mereka jual kepada setiap distributor toko besar yang menjadi prioritas pertama dalam pengiriman produk tripanca menjadi suatu permasalahan yang harus dicarikan jalan keluar. bagi pelanggan yang telah menjadi agen tetap produk tripanca, karena disetiap distributor berbeda-beda harga, permasalahan yang seperti ini sering di alami oleh para pelanggan toko kecil yang ingin memesan barang. ditambah tidak adanya potongan harga, apabila membeli langsung ke distributor toko besar dalam jumlah yang cukup banyak untuk dijadikan stok barang untuk di jual kembali.

perusahaan tripanca harus mengambil sikap jika ingin produk mereka berada di pelanggan toko kecil, Serta tidak semua pelanggan toko kecil menyukai cara yang lama dikarenakan hal tersebut kurang efisien jika tidak memanfaatkan perkembangan teknologi yang seperti saat ini. para pelanggan toko kecil ini merupakan ujung tombak perusahaan dalam berhubungan dengan para konsumen rumahan. Jika tidak ada pemerataan harga di pihak distributor (toko besar) maka akan pelanggan toko kecil akan hilang dengan sendirinya, dan para pelanggan toko kecil dapat beralih ke produk air dalam kemasan merek yang lain.

Titik berat konsentrasi kegiatan pemasaran pada perusahaan terletak pada bagaimana perusahaan menempatkan atau memposisikan suatu produk agar dapat diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat. Dengan melakukan upgrade membuat website pemesanan untuk mempermudah para pelanggan dalam memesan suatu barang. Jika suatu merek mampu memenuhi harapan pelanggan atau bahkan melebihi harapan pelanggan dan memberikan jaminan kualitas pada setiap

kesempatan penggunaannya,serta merek tersebut diproduksi oleh perusahaan yang memiliki reputasi,maka pelanggan akan semakin yakin dengan pilihannya. Serta perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang. disinilah dibutuhkan seorang manajer pemasaran yang mempunyai pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang lebih baik.

Dengan permasalahan yang ada, maka peneliti dapat memanfaatkan sifat programming *PHP* dan database *MySQL* dengan sistem ini dapat menjual produk kepada pelanggan tanpa harus mendatangi lokasi PT. Prabutirta Jaya Lestari Tripanca. Pelanggan juga dapat melakukan pemesanan air minum dengan melalui media website. Secara khusus artikel ini akan membahas bagaimana mengembangkan perangkat sistem informasi berbasis *online* untuk manajemen bisnis pemesanan air mineral dalam kemasan, selain kemudahan dalam mengembangkan aplikasi, peneliti juga memilih pelanggan karena kegiatan pemesanan sangat mudah dilakukan dan simple,

Website diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pelanggan agar dapat melakukan pemesanan dan pembelian air minum dengan mudah, dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja, kemudian diantarkan ke tempat yang diinginkan dengan tepat waktu. Peneliti juga berharap aplikasi akan dibuat dapat membantu tripanca agar tripanca dapat lebih efektif dalam melakukan pemasaran dan pemesanan produk yang dimiliki kepada pelanggan.

Serta penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti lain untuk menjadikan bahan referensi untuk membuat aplikasi serupa atau mengembangkan aplikasi yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya. Sistem informasi tersebut berjudul : **“SISTEM PEMESANAN AIR MINUM MENGGUNAKAN METODE *EXTREME PROGRAMMING* BERBASIS WEBSITE (STUDI KASUS : PT. PRABUTIRTA JAYA LESTARI).**

1.2. Rumusan Masalah

Latar belakang masalah yang terurai diatas maka dapat dijadikan dasar untuk merumuskan Masalah:

1. Bagaimana mengelola data pemesanan air minum dalam kemasan, pada PT. Prabutirta Jaya Lestari (Tripanca) ?
2. Bagaimana membangun sistem pemesanan air minum pada PT. Prabutirta Jaya Lestari berbasis web ?

1.3. Batasan Masalah

Adapun dalam batasan masalah yang pada penyusunan proposal ini sebagai berikut :

1. Aplikasi ini hanya digunakan untuk memesan Air minum yang ada pada PT. Prabutirta Jaya Lestari.
2. Penelitian ini di lakukan di PT. Prabutirta Jaya Lestari (Tripanca)
3. Aplikasi ini dibuat dengan menggunakan pemograman PHP dan MySQL sebagai database.
4. Penelitian ini menggunakan Perancangan UML (Unifed Modeling Language)
5. System yang akan di bangun menggunakan metode *extreme programming*
6. Pengujian sistem akan menggunakan ISO 25010 dengan aspek *performance efficiency*, dan *functionality*.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan aplikasi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempermudah dalam mengelola data pemesanan air minum serta meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pelaporan penjualan secara periode pada PT. Prabutirta Jaya Lestari (Tripanca).
2. Membangun sistem pemesanan air minum pada PT. Prabutirta Jaya Lestari berbasis web agar pimpinan dapat dengan mengetahui jumlah pesanan secara periode.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan informasi akan hal-hal yang membuat pelanggan selalu tertarik untuk memutuskan pembelian pada produk Tripanca.
2. Mempermudah proses pemesanan produk air minum dalam kemasan pada PT. Prabutirta Jaya Lestari
3. Menghasilkan laporan penjualan secara periode sesuai dengan kebutuhan PT. Prabutirta Jaya Lestari
4. Mempermudah pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian yang dapat di akses dimana saja dan kapan saja tanpa harus membuang waktu untuk datang langsung.