

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat, seiring dengan kemajuan zaman. Teknologi menjadi semakin canggih dan berperan penting dalam setiap aspek kehidupan. Mampu menyediakan segala kebutuhan informasi dan mempermudah segala pekerjaan yang dilakukan oleh manusia. Mampu menyelesaikan setiap masalah-masalah yang ada, terutama terhadap perusahaan- perusahaan yang sedang berkembang pada saat ini (Rahmawati, 2018). Banyak perusahaan yang menggunakan teknologi dalam mengembangkan perusahaannya, salah satunya pada perusahaan dalam bidang penjualan. Cara dan teknik yang digunakan oleh perusahaan dalam menjual produknya ada banyak cara, salah satunya yaitu memanfaatkan iklan digital, media cetak, ataupun dalam bentuk iklan dalam bentuk *neon box* (Elyas dan Prayoga, 2020). Salah satu perusahaan dalam bidang penjualan yang sudah menggunakan teknologi yaitu PT Tunas Dwipa Matra (TDM) Honda Raden Intan.

PT Tunas Dwipa Matra (TDM) Honda Raden Intan merupakan perusahaan berkembang yang bergerak dalam bidang retail penjualan sepeda motor, sepeda motor adalah salah satu alat *transportasi* yang memudahkan aktifitas sehari-hari. Selain praktis digunakan sepeda motor lebih terjangkau dari kalangan terendah sampai kalangan tinggi (Nadiyah dan Hardiyan, 2022). Mengingat beragam macam jenis sepeda motor yang ditawarkan, tentunya perusahaan melakukan kegiatan memperkenalkan dan mempopulerkan merk dagang (sepeda motor) yang merupakan suatu syarat untuk berhasilnya perusahaan menjual produk tersebut serta untuk membedakannya dengan produk pesaing. Untuk merebut pangsa pasar

dibutuhkan keistimewaan produk yang sesuai dengan selera konsumen dari kualitas, harga, suku cadang serta desain yang baik, dengan demikian produk sepeda motor yang ditawarkan mampu menarik minat konsumen sepeda motor agar menjadi konsumen yang loyal (Sastrawinata, 2020).

Hasil penjualan merupakan hal penting untuk keberlangsungan sebuah perusahaan karena disitulah letak perusahaan akan terlihat maju atau mundur, akan tetapi tidak semua perusahaan bisa berjalan dengan lancar dan stabil. Terkadang mengalami permasalahan seperti penurunan penjualan dan kenaikan penjualan. Ada banyak faktor yang menyebabkan hal demikian terjadi misalnya persaingan bisnis antar perusahaan, pemasaran produk, kualitas produk yang mempengaruhi daya saing penjualan. Minat konsumen merupakan hal yang perlu dievaluasi untuk acuan penjualan (Rahmawati, 2018). Salah satu cara untuk mengetahui perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan penjualan yaitu dengan cara *monitoring* penjualan karena *monitoring* merupakan suatu tindakan pengawasan atau pemeriksaan kegiatan perusahaan atau instansi untuk menjamin pencapaian tujuan sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan melakukan tindakan korektif yang diperlukan dalam memperbaiki kesalahan yang ada sebelumnya (Gudda, 2021).

PT Tunas Dwipa Matra (TDM) Honda Raden Intan memiliki permasalahan dalam melakukan *monitoring* data penjualan motor khususnya pada Divisi Digital Marketing, Divisi Digital Marketing merupakan divisi yang melakukan promosi penjualan melalui *social media* seperti *facebook*, *instagram* dan *tiktok*. Divisi Digital Marketing memiliki beberapa jabatan seperti Manager, Supervisor, Team Leader dan Sales Penjualan. Setiap harinya Supervisor dan Team Leader diharuskan mengirimkan *report* penjualan kepada Manager melalui *Whatsapp* kemudian Sales

mengirimkan *report* kepada Supervisor dan Team Leader masing-masing melalui *Whatsapp* juga. *Report* yang dikirimkan seperti jumlah penjualan hari ini ada berapa, unit motor yang terjual apasaja, jenis penjualannya kredit atau cash dan permasalahan-permasalahan yang ada dalam proses penjualan.

Pengiriman *report* penjualan melalui *Whatsapp* memiliki beberapa kendala seperti *history report* penjualan yang sudah lebih dari satu atau dua bulan tidak terdeteksi lagi, jika *handphone* atau laptop *error* yang mengharuskan *install* ulang aplikasi *Whatsapp* maka *history* chat akan ikut terhapus sehingga tidak bisa melihat *report-report* sebelumnya. Kemudian belum adanya sistem untuk mengetahui jumlah permintaan motor konsumen, sebagai contoh dua orang Supervisor memiliki 10 konsumen yang belum dikirim motor karena keterbatasan stok motor, kemudian tiga Team Leader memiliki 15 konsumen yang belum dikirimkan motor. Sehingga total permintaan motor yang belum dikirimkan kekonsumen ada 25 motor, pada sistem yang berjalan saat ini Manager selalu menanyakan kebutuhan permintaan konsumen kepada Supervisor dan Team Leader melalui *Whatsapp* saja. Manager tidak bisa memonitoring langsung berapa jumlah yang harus disediakan agar dapat memenuhi seluruh permintaan konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti mencoba untuk merancang sistem informasi *monitoring* penjualan motor berbasis *website* yang diharapkan dapat membantu Supervisor dan Team Leader dalam melakukan *report* penjualan kepada Manager. Kemudian guna mempermudah dalam menentukan jumlah permintaan motor oleh konsumen, sistem ini menampilkan laporan jumlah permintaan konsumen yang dapat diakses oleh Manager kapan saja, tanpa harus bertanya lagi kepada Supervisor maupun Team Leader. Maka dari itu peneliti

mengangkat penelitian dengan judul “**Perancangan Sistem Informasi *Monitoring* Penjualan Motor Pada Divisi *Digital Marketing* (Studi Kasus : PT TDM Honda Raden Intan)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas menjadi dasar peneliti untuk merumuskan masalah, yaitu:

1. Bagaimana membantu Supervisor dan Team Leader dalam melakukan *report* penjualan kepada Manager agar dapat diakses kapan saja?
2. Bagaimana membantu perusahaan untuk mengetahui jumlah permintaan motor oleh konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas peneliti membatasi masalah yaitu :

1. Pembahasan penelitian hanya membahas *monitoring* penjualan motor pada PT Tunas Dwipa Matra (TDM) Honda diseluruh Lampung
2. Pengguna Sistem Informasi *Monitoring* hanya sebatas Divisi *Digital Marketing* dengan jabatan Manager, Supervisor, Team Leader, dan Sales saja.
3. Bahasa pemrograman menggunakan PHP dengan *database Mysql*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan proposal ini adalah :

1. Untuk membantu Supervisor dan Team Leader dalam melakukan *report* penjualan kepada Manager
2. Untuk membantu perusahaan dalam mengetahui jumlah permintaan unit oleh konsumen.
3. Untuk membantu Manager dalam *monitoring* data penjualan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan studi Strata-1 (S1), serta sebagai dorongan untuk menyelesaikan berbagai tugas dengan tingkat kesulitan beragam.

2. Bagi Perusahaan PT Tunas Dwipa Matra (TDM) Honda Raden Intan

Dapat membantu proses *report* penjualan khusus nya pada Divisi Digital *Marketing* dan bagi perusahaan membantu perusahaan dalam mengetahui jumlah permintaan unit oleh konsumen

3. Bagi Akademik

Diharapkan dapat digunakan untuk menjadi tambahan referensi sebagai bahan penelitian lanjutan, menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas Teknokrat Indonesia, serta dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lainnya