

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan yang cukup pesat di bidang teknologi telah membawa dunia pada apa yang dinamakan era revolusi elektronik dan informasi. Perkembangan tersebut jelas mempengaruhi lingkungan pasar dengan dipasarkannya berbagai produk teknologi tinggi, seperti komputer, robot industri, kamera digital, otomotif dan lain sebagainya. Karena sifat pasar semakin rumit maka strategi pemasaran dan juga teknologi khususnya penelitian dan pengembangan sangat dibutuhkan oleh para manager, oleh karena itu para manager merasa perlu menempatkan keputusan teknologi perusahaan dalam rangka keseluruhan strategi bisnis, hal itu disebabkan teknologi memiliki logika yang mendalam yang harus diperhitungkan dalam perencanaan strategi pemasaran.

Dalam era lingkungan teknologi tersebut persaingan pemasaran banyak ditentukan oleh kemampuan beradaptasi secara teknologi dan persaingan di bidang teknologi. Untuk itu dibutuhkan suatu pengembangan yang disertai dengan penguasaan di bidang teknologi. Akhirnya perkembangan fungsi pemasaran dan penelitian serta pengembangan teknologi yang terintegrasi dalam strategi perusahaan akan menjadi salah satu kekuatan efektif perusahaan dalam memasarkan produk-produknya.

Pesatnya perkembangan lingkungan teknologi memungkinkan penerapan konsep sistem informasi pemasaran, teknologi tinggi dan informasi mulai menjadi dasar yang paling penting bagi suatu perusahaan. Informasi akhirnya menjadi salah satu masukan penting, munculnya komputer sebagai alat yang modern pada saat ini sangatlah membantu bagi para pengambil keputusan dalam mencari informasi, sebab selain berguna dalam hal teknik pengendalian, komputer juga bisa digunakan sebagai pengolah data.

Oleh karena itu pemanfaatan komputer di perusahaan-perusahaan, instansi-instansi dan sebagainya semakin diperlukan untuk mendapatkan informasi yang efektif, efisien dan tepat waktu untuk mengambil keputusan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

1.2. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Sesuai dengan permasalahan yang penulis angkat sebagai tugas akhir ini adalah memberikan gambaran tentang perencanaan dan pembuatan program pengolahan data sistem pemasaran dan penjualan barang elektronik pada CV. Izzatuna Multi Commercials maka penulis mengambil judul “RANCANG DAN BANGUN PERANGKAT LUNAK SISTEM PEMASARAN DAN PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK PADA CV. IZZATUNA MULTI COMMERCIALS”.

Adapun pemilihan judul tersebut tujuannya adalah :

- a. Tujuan secara umum

- ◆ Untuk menerapkan teori-teori yang penulis terima selama mengikuti kuliah di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- ◆ Ingin mengetahui seberapa jauh pengaruh komputerisasi pada proses pengolahan data pemasaran dan penjualan bila di bandingkan dengan cara manual.

b. Tujuan secara khusus

Yaitu tujuan yang bersifat akademis, adalah untuk memenuhi dan melengkapi sebagian dari syarat untuk menyelesaikan program pendidikan yang ada di Fakultas Teknik Jurusan Teknik Komputer Universitas Muhammadiyah Surabaya.

1.3. MAKSUD DAN TUJUAN PEMILIHAN JUDUL

Maksud dan tujuan perancangan dan pembuatan program sistem pemasaran dan penjualan barang elektronik pada CV. Izzatuna Multi Commersia adalah menghimpun dan merangkai ketergantungan dari sistem tiap bagian.

Adapun tujuan khususnya adalah :

1. Untuk memberikan pelayanan kebutuhan informasi di dalam pelaksanaan pengolahan data pemasaran dan penjualan, dengan harapan dapat mengurangi tugas-tugas yang dilakukan secara manual.

2. Membantu dan memudahkan para pengambil keputusan untuk mendapatkan perbandingan sebagai tolak ukur sebelum dan sesudah diadakannya komputerisasi.
3. Membantu para pimpinan dalam mengambil kebijaksanaan yang berlaku sehubungan dengan cepatnya informasi yang mereka dapatkan.

1.4. RANCANGAN SISTEM

Untuk dapat mencapai keinginan yang dimaksud dalam proses perencanaan dan pembuatan program sistem pemasaran dan penjualan barang elektronik pada CV. Izzatuna Multi Commersia maka perlu dilakukakan langkah-langkah sebagai berikut :

- ◆ Mempelajari dan mengumpulkan data untuk disusun menjadi sebuah struktur data yang sesuai dengan sistem yang dibuat.
- ◆ Melakukan evaluasi serta merumuskan pelayanan sistem secara rinci dan keseluruhan dari masing-masing bentuk informasi yang akan disajikan.
- ◆ Menganalisis kendala yang mungkin dihadapi dari rancangan sistem yang baru.
- ◆ Menyusun Kriteria tampilan informasi yang akan dihasilkan secara keseluruhan sehingga dapat memudahkan analisis serta evaluasi terhadap aspek yang ada dalam permasalahan data sistem pemasaran dan penjualan pada CV. Izzatuna Multi Commersia.

1.5. TAHAPAN DAN LINGKUP PEKERJAAN

Untuk dapat melaksanakan pekerjaan pelaksanaan sistem, tahap dan lingkup pekerjaan yang akan dilakukan adalah :

1. Mengumpulkan data dari setiap bagian yang terlibat dalam pengolahan data pemasaran dan penjualan.
2. Melakukan penelaahan, analisis serta evaluasi terhadap masalah yang dihadapi dan keinginan yang ingin dicapai dengan mengamati sumber pengolahan data yang telah ada untuk digunakan sebagai bahan masukan perangkat lunak.
3. Merumuskan dan menyusun struktur data yang telah diperoleh untuk dikembangkan menjadi sistem pengolahan data yang fleksibel dan efisien serta memberikan kemudahan-kemudahan baik bagi para pemakai maupun penerima informasi.

1.6. PEMBATAAN MASALAH

Agar dalam sistem perancangan dan pembuatan program lebih terarah, perlu diadakan pembatasan masalah seperti dibawah ini :

1. Masalah yang kami bahas adalah masalah pengolahan data pemasaran dan penjualan yang mencakup masalah penjualan dan stok barang, serta sistem pemasaran secara cash dan kredit pada CV. Izzatuna Multi Commersia.
2. Dalam proses pembuatan program digunakan bahasa pemrograman Foxbase yang nantinya diharapkan mempermudah dalam sistem pembuatan program.

1.7. METODOLOGI PENGUMPULAN DATA

Untuk keperluan analisis diperlukan data yang berkualitas dan dalam jumlah yang memadai dari data primer dan data sekunder, pengumpulan data tersebut ditempuh dengan dua cara yaitu :

1. Teknik Observasi Langsung

Yaitu teknik pengumpulan data dimana penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Hal ini ditempuh dengan jalan bagaimana kegiatan yang terjadi pada sistem pemasaran CV. Izzatuna Multi Commersia.

Berdasarkan literatur yang penulis pelajari yang ada hubungannya dengan data pemasaran dan penjualan.

Berdasarkan Diktat atau teori-teori yang penulis terima selama mengikuti perkuliahan dan data-data yang penulis peroleh dari instansi tempat melakukan riset.

2. Teknik Komunikasi Langsung

Yaitu teknik dimana penulis mengumpulkan data dengan jalan komunikasi langsung dengan obyek penelitian yakni semua bagian yang terlibat dalam proses pengolahan data pemasaran.

Penulis juga mengumpulkan data secara tidak langsung yang merupakan data sekunder, antara lain berupa brosur-brosur dan media cetak lainnya yang berhubungan dengan pemasaran dan penjualan.

1.8. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk pembahasan tugas akhir ini dalam susunan penulisannya penulis membagi-bagi menjadi beberapa bab dan sub bab, adapun ketentuan sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, maksud dan tujuan tahap dan lingkup pekerjaan, serta metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : ANALISA DAN LANDASAN TEORI

Membahas tentang pengertian pemasaran, konsep inti pemasaran, konsep pemasaran masyarakat, pemasaran alat-alat elektronik, pengertian perancangan sistem, sarana pendukung yang terdiri dari software, hardware dan brainware.

BAB III : PERANCANGAN SISTEM

Membahas tentang pengertian rancangan sistem dan struktur organisasi, dan desain data base.

BAB IV : IMPLEMENTASI SISTEM

Membahas tentang sistem menu dan diskripsi program.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan-kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan juga saran-saran yang diperlukan.