

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah dimanfaatkan di berbagai bidang kehidupan, seiring perkembangan zaman, teknologi informasi dan komunikasi merupakan sarana yang dibutuhkan dalam satu pengerjaan tugas, teknologi informasi dan komunikasi yang terkait bisa memberikan harapan pada semua orang untuk pekerjaannya dan juga sudah mewarnai aktifitas masyarakat sehari-hari, teknologi informasi dan komunikasi telah digunakan dalam proses bisnis.

Kemudahan serta efektifitas kegiatan operasional merupakan hal mutlak yang dibutuhkan oleh banyak perusahaan/institusi. Hal ini berguna untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang akan berdampak pada kepuasan konsumen perusahaan tersebut. Di era perkembangan teknologi informasi yang kian pesat, sistem informasi merupakan salah satu faktor pendukung bagi sebuah instansi /perusahaan dalam mempermudah kegiatan operasionalnya, baik dalam penginputan dan pengolahan data, hingga menyediakan laporan maupun informasi penting lainnya yang berguna untuk menunjang pengambilan keputusan (Sanja Kurniawan & Siska Iriani, 2015).

PT Proteindotama Cipta Pangan atau dikenal dengan Best Meat adalah penyedia kebutuhan protein terlengkap untuk keluarga di Indonesia. Dengan lebih dari 400 toko yang tersebar di seluruh pelosok negeri, Best Meat berkomitmen untuk memberikan pelayanan sekaligus produk dengan kualitas terbaik untuk kebutuhan keluarga seperti ayam utuh, daging sapi pilihan, ikan, susu dan produk olahan lain dengan harga terjangkau.

Hambatan yang ditemukan pada saat ini di PT Proteindotama Cipta Pangan mengalami penurunan penjualan karena PT Proteindotama Cipta Pangan belum mengetahui pola minat pelanggan terhadap produk yang disediakan PT Proteindotama Cipta Pangan selain itu cabang - cabang PT Proteindotama Cipta Pangan sering mengalami kekosongan stok dikarenakan pada masa pandemi covid-19 hampir seluruh wilayah khususnya kota Bandar Lampung terjadi pembatasan aktivitas masyarakat oleh pemerintah sehingga proses distribusi/

pengiriman produk ke cabang mengalami kendala. Analisa pola minat pelanggan pada produk tertentu berguna untuk meningkatkan pemasaran, dan meningkatkan penjualan. Didalam menganalisa pola minat pelanggan PT Proteindotama Cipta Pangan sering mengalami kesulitan karena semua proses dilakukan dengan cara manual dan tanpa menggunakan metode sehingga proses menganalisa membutuhkan waktu yang cukup lama dan hasil analisa kurang efektif.

Maka dari permasalahan yang ada, solusi yang ditawarkan yaitu melakukan perancangan *E-Commerce* pada PT Proteindotama Cipta Pangan yang dapat membantu pelanggan terhadap pembelian produk yang disediakan PT Proteindotama Cipta Pangan.

E-Commerce merupakan cara dalam melakukan bisnis secara elektronik, melalui jaringan internet. *E-commerce* sudah menjadi trend dalam dunia bisnis saat ini. Perancangan *E-commerce* ini diharapkan mampu membantu bisnis penjualan dengan menawarkan produk secara online kepada konsumen dimana saja dan kapan saja. *E-commerce* benar-benar menjadi solusi pemecahan untuk batasan lokasi bisnis dan menawarkan kecepatan penawaran dan bahkan memungkinkan menjadi penjual terbaik. *E-commerce* benar-benar membuat konsumen dapat menghemat waktu, dan membandingkan harga lebih mudah, selain itu menawarkan berbagai hal untuk dijual akan menyenangkan hati para konsumen.

## **1.2 Ruang Lingkup Masalah**

Adapun ruang lingkup masalah pada penelitian ini adalah perancangan *E-Commerce* pada PT Proteindotama Cipta Pangan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

"Bagaimana membuat sebuah perancangan *E-Commerce* pada PT Proteindotama Cipta Pangan".

## **1.4 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan membangun *E-Commerce* untuk penjualan produk sehingga dapat dipakai sebagai masukan untuk mengoptimalkan keefektifan pemasaran dan strategi penjualan kedepannya.

## **1.5 Manfaat**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Membantu PT Proteindotama Cipta Pangan dalam mengelola penjualan produk untuk mengoptimalkan pemasaran dan strategi penjualan produk.
- 2 Mengetahui dengan mudah penjualan produk dari mana saja dan kapan saja.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini membahas tentang latar belakang pengambilan judul penelitian. Selain itu juga akan di uraikan tentang perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bagian ini akan membahas uraian – uraian teori penunjang yang di lakukan atau digunakan oleh peneliti

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bagian ini akan membahas tentang tahapan metode penyelesaian permasalahan yang akan di lakukan.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini membahas tentang hasil proses penelitian sistem yang dilakukan serta pembahasan hasil program.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini membahas tentang simpulan berdasarkan hasil penelitian, serta saran – saran yang di berikan bedasarkan temuan sebagai saran pengembangan dan implementasinya.

### **DAFTAR PUSTAKA**