

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan tekstil merupakan perusahaan yang memproses bahan baku benang menjadi kain jadi. Perkembangan dunia usaha di Indonesia terutama perusahaan tekstil semakin meningkat sehingga industri tekstil merupakan salah satu sektor non migas yang penyumbang devisa terbesar. Sektor tekstil secara nasional mengalami kenaikan setiap tahunnya hal ini karena produk tekstil merupakan salah satu komoditi yang sangat potensial untuk dikembangkan di pasar global. Seiring dengan semakin berkembangnya usaha dalam sektor industri tekstil maka persaingan antara perusahaannya pun menjadi semakin meningkat, masing – masing ingin merebut dan menarik market yang seluas-luasnya. Di tengah persaingan yang ketat, mengakibatkan konsumen kian selektif dan bersikap kritis terhadap semua produk dan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karenanya perusahaan diharuskan menerapkan standar yang tinggi pada seluruh produk dan jasa. Pada dasarnya Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana caranya agar produk-produk yang diproduksi dapat diterima oleh konsumen. Keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para pemasar.

Banyaknya produk-produk yang bermunculan mengharuskan pemasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen dapat menganalisis faktor-faktor yang menjadi dasar perilaku keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Untuk menarik pelanggan guna menciptakan keputusan pembelian, perusahaan tidak hanya melakukan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan tetapi salah satu faktor terciptanya keputusan pembelian konsumen juga mempertimbangkan atribut produk yang berada di perusahaan tersebut. Atribut produk merupakan pengembangan dari produk barang atau jasa yang akan berimplikasi pada manfaat yang akan didapat konsumen. Manfaat ini dikomunikasikan dan disampaikan oleh atribut produk, kualitas, merek dan pelayanan. Keputusan mengenai atribut produk sangat mempengaruhi reaksi

konsumen terhadap produk. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipersepsikan sangat penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Maka dari itu atribut produk merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dapat disimpulkan bahwa atribut merupakan unsur-unsur dari produk yang dapat mencerminkan tentang suatu produk dan merupakan gambaran dari kriteria dan manfaat produk tersebut untuk dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, PT Mulya Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bisnis adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri tekstil yang memproduksi boneka dan karpet surfer. PT Mulya Jaya merupakan perusahaan yang menjadi salah satu pelopor yang memproduksi kain yang berkualitas. Sebagai perusahaan yang memenuhi permintaan pasar global tentu saja tuntutan akan kualitas sangat penting dan tidak dapat dikompromikan. PT Mulya Jaya memproduksi kain standar internasional untuk memenuhi pasar. PT Mulya Jaya berkomitmen terhadap kualitas premium, hemat biaya, dan pengiriman tepat waktu telah menandai sebagai perusahaan yang berkelas dengan menjadi salah satu yang terbaik dan paling dapat diandalkan produsen tekstil. Namun perusahaan tersebut belum memiliki pencatatan mengenai stok barang secara sistem, sehingga masih terdapat kesalahan seperti kertas stok hilang atau stok tidak terbaharu ketika terjadi pembelian atau penjualan. PT Mulya Jaya juga masih melakukan pembayaran secara tunai.

Ada beberapa hal yang diperhatikan oleh PT Mulya Jaya memperhatikan dalam memproduksi tekstil yakni dari segi atribut produknya, seperti kualitas bahan, kenyamanan, kerapian jahitan, mode yang sedang *trend*, tampilan yang menarik, daya tahan produk dan hal lainnya yang ingin perusahaan berikan, untuk meningkatkan pembelian konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang persediaan dan cara penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan tekstil sebagai satu bentuk strategi pemasaran agar konsumen tertarik melakukan pembelian sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Serta cara penggajian dan presensi dari perusahaan tersebut, maka di dalam menyusun proyek akhir penulis mengambil dua judul : **“Aplikasi Berbasis Web untuk Penjualan Kain Tekstil di PT. Mulya dengan Metode QRIS (Studi Kasus : PT. Mulya Jaya Kab. Majalaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana cara sistem melakukan penjualan?
2. Bagaimana pengendalian stok penjualan produk di PT Mulya Jaya?
3. Bagaimana cara penggunaan metode QRIS pada penjualan produk di PT Mulya Jaya ?
4. Bagaimana cara sistem mengolah data penjualan?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui teknik penjualan menggunakan sistem.
2. Mengetahui pengendalian stok penjualan produk di PT Mulya Jaya.
3. Mengetahui cara penggunaan metode QRIS pada penjualan produk di PT Mulya Jaya.
4. Mengetahui cara sistem mengolah data penjualan.

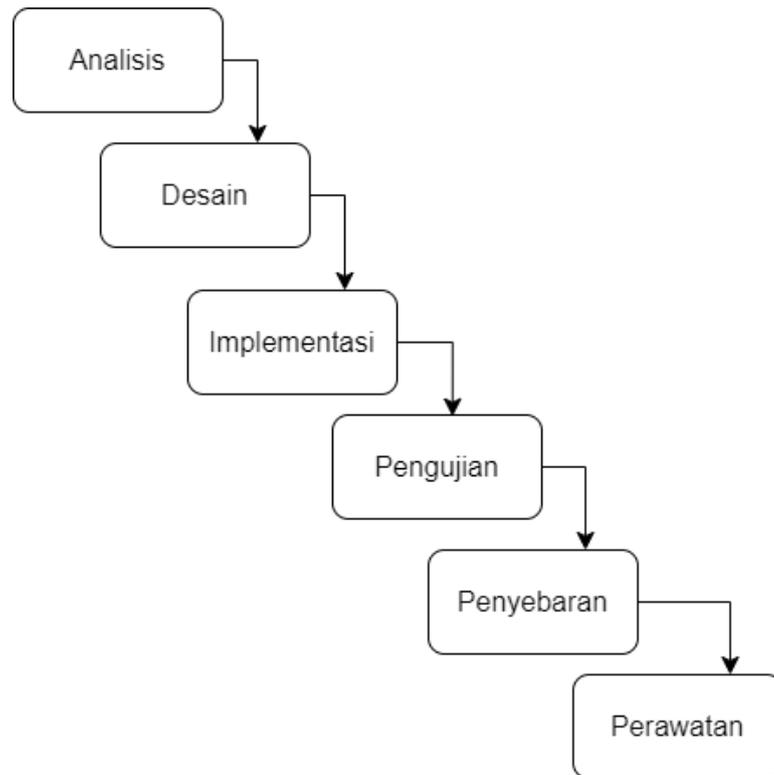
1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah pengembangan aplikasi penjualan dengan metode QRIS untuk mendukung kemudahan dalam bertransaksi di PT Mulya Jaya yang meliputi:

1. Aplikasi ini dikembangkan dan diimplementasikan dengan menggunakan *Web Application*.
2. Pengguna aplikasi ini hanya untuk dipergunakan oleh admin yang terdaftar *database*.
3. Sistem ini hanya memberikan informasi tentang daftar penjualan produk setiap hari, setiap minggu, setiap bulan, dan setiap tahun.
4. Sistem ini hanya memberikan informasi tentang penjualan produk pada waktu setiap transaksi.

1.5 Metode Pengerjaan

Metode pengerjaan perangkat lunak yang digunakan pada proyek akhir yaitu metode SDLC (*Sistem Document Life Cycle*). Pembangunan perangkat lunak harus mencakup dengan proses, metode, dan alat yang dibutuhkan (*tools*). Salah satu metode yang digunakan untuk pengembangan perangkat lunak yaitu menggunakan *waterfall* atau sering disebut dengan metode air terjun [1].



Gambar 1 - 1 Metode *Waterfall*

1.6 Analisis Kebutuhan

Tahapan ini adalah tahapan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada pada sistem dan juga kebutuhan dari sistem yang dibuat. Sebelum mengidentifikasi masalah, perlu dilakukan pengumpulan data untuk mengetahui kebutuhan yang diperlukan oleh pengguna. Pada tahap ini, Teknik yang dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

1. Wawancara

Melakukan pengumpulan data dengan cara menginput data penjualan PT Mulya Jaya. Penginputan dilakukan untuk mengetahui sistem pengelolaan data penjualan dan persediaan dan pembelian produk yang terjadi di PT Mulya Jaya sehingga dapat memenuhi data yang diperlukan untuk membuat proyek akhir ini [2].

2. Studi Literatur

Mencari dan mempelajari referensi yang terkait dan dapat membantu dalam pembuatan proyek akhir. Referensi yang dimaksud adalah informasi yang didapatkan dari internet ataupun buku [2].

a. Desain

Pada tahap ini, dilakukan perancangan sistem seperti desain antarmuka menggunakan *Balsamiq*, diagram relasi antar tabel, dan gambaran BPMN. Yang nantinya akan menjadi perancangan sistem yang dapat diperkirakan kualitasnya sebelum diimplementasikan secara nyata [2].

b. Penulisan kode program

Tahap ini merupakan realisasi dari tahap desain yang sudah dibuat. Hasil dari tahap ini adalah program komputer yang telah dibuat pada tahap desain. Sistem informasi ini dibangun dengan Bahasa *CodeIgniter 4* dan basis data MySQL [2].

c. Pengujian sistem

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian sistem yang sudah dibuat sebelumnya. Pengujian fokus pada perangkat lunak dari segi logika dan fungsionalitas untuk memastikan bahwa semua bagian tidak mempunyai kesalahan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *black box testing* [2].

1.7 Jadwal Pengerjaan

Berikut adalah tabel jadwal pengerjaan proyek akhir :

Tabel 1 - 1 Jadwal Pengerjaan Proyek Akhir

