

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Di era globalisasi dengan perkembangan zaman yang semakin maju saat ini terutama dibidang teknologi informasi. Perkembangan ini dipicu untuk menggunakan teknologi sebagai alat atau media, untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang kini terasa ketat dan keras. Teknologi memegang peran penting dalam kehidupan saat ini. *E-commerce* adalah suatu kegiatan bisnis yang harus dilakukan lewat dunia maya (internet), dengan memanfaatkan kemajuan teknologi para pengguna *e-commerce* dapat melakukan penjualan, pembelian dan lain-lain. *E-commerce* sangat menguntungkan untuk para penggunanya, karena memudahkan untuk pembeli yang menginginkan suatu barang tanpa harus berpergian untuk membelinya. Sekarang sudah semakin banyak bermunculan *online shop* ataupun perusahaan-perusahaan yang menjual berbagai macam barang melalui media *e-commerce* dengan cara hanya membuat *website*. Tanpa harus bersusah payah untuk pergi ke pasar ataupun pusat perbelanjaan lain untuk membeli barang yang di inginkan kita bisa dengan mudah mendapatkan barang tersebut dengan media *e-commerce* dan kita bisa melakukan jual beli. Media internet semakin di lirik oleh para produsen untuk menjual ataupun mempromosikan produk mereka kepada *customer*. Pada proses *e-commerce* terjadi efisiensi pada pengguna, pencetakan dokumen serta jasa kurir. Efisiensi tersebut akan memperlihatkan adanya pengurangan biaya dan waktu/ kecepatan proses. Kualitas transfer data juga menjadi lebih baik, karena tidak dilakukannya masukan ulang agar tidak terjadi sistem *error*. Dengan adanya layanan *e-commerce* banyak manfaat yang dapat memudahkan dalam

proses jual beli atau jasa yang di berikan informasi tentang perusahaan dan penawaran-penawaran khusus bisa di akses calon *customer* dengan lebih jelas dan lengkap meskipun para calon *customer* tersebut mengakses internet dari prangkat *mobile* mereka.

Penjualan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para member di dalam PT Mahakarya Sejahtera Indonesia untuk mengembangkan bisnisnya dan mendapatkan laba yang maksimal. Berhasil dan tidaknya dalam pencapaian bisnis tergantung pada diri kita sendiri untuk mempromosikan produk yang kita jual. Selain itu kepercayaan pembeli untuk memakai dan mengkonsumsi produk yang kita promosikan. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu *member* dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan diri kita dalam memasarkan produk PT Mahakarya Sejahtera Indonesia. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama di bidang penjualan.

Oleh karena itu, untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi penjualan yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi (*marketing mix*). Secara umum peningkatan *volume* penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu, faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi, mutu produk, kemasan, harga dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal meliputi, globalisasi, teknologi, deregulasi, selera, situasi , dan lain-lain.

PT MSI (Mahakarya Sejahtera Indonesia) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk kosmetik, semua produknya berbahan dari herbal dan diproduksi di Indonesia. Tersedia berbagai macam produk kecantikan seperti *face mist* , *sabun bamboo charcoal brightening soap*, *paket gold beauty series*, *DTOX* , *dgreen cofe* dan produk-produk baru yang selalu muncul dan berkembang. Sistem penjualan yang digunakan PT MSI ini sudah melalui *web* walaupun sudah ada pabrik di Sidoarjo tapi pesan produknya tetap melalui *web login* di *msi.store* dengan memasukkan nomor ID yang sudah terdaftar di pusat sehingga masih sering ada yang belum bisa mendaftarkannya. Tetapi dengan adanya grup *whatsApp* mitra-mitra dapat berkumpul dan dapat bersosialisasi bagaimana caranya supaya banyak yang bisa bergabung dan bisa belajar bersama PT MSI menggunakan sistem akar (*marketing plan*) di mana kita bisa bekerja dalam bentuk *team* untuk dapat menghasikan bonus dan *reward*. Selain itu PT MSI juga menggunakan fasilitas sosial media seperti *facebook* untuk mencari pembeli dan membuka peluang bisnis yang mudah dijalankan oleh kalangan mahasiswa bahkan ibu rumah tangga. Dengan bergabung di bisnis yang bermodal kecil bisa mendapatkan keuntungan yang sangat besar asalkan kita bisa menjual produknya dengan sebanyak-banyaknya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Dari penelitian, penulis mengangkat judul “**Analisis sistem penjualan *online* berbasis *e-commerce* (studi kasus pada di PT MSI Sidoarjo)** “.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana prosedur dan sistem penjualan yang diterapkan pada PT Mahakarya Sejahtera Indonesia?
2. Bagaimana cara memperbaiki sistem informasi penjualan berbasis *e-commerce* yang ada menjadi lebih mudah dipahami oleh pengguna pada PT Mahakarya Sejahtera Indonesia?

Agar lebih mendekati permasalahan yang ada , maka dalam penelitian ini difokuskan pada sistem akuntansi penjualan berbasis *e-commerce* yang lebih mudah dipahami oleh pengguna.

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai peneliti ini adalah :

1. Untuk mengetahui prosedur dan sistem penjualan yang diterapkan pada PT Mahakarya Sejahtera Indonesia.
2. Untuk menghasilkan sistem informasi penjualan berbasis *e-commerce* yang lebih mudah dipahami pengguna pada PT Mahakarya Sejahtera Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Aspek akademis

Sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca, menambah wawasan secara ilmiah mengenai penjualan berbasis *e-commerce*.

1.4.2 Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Sebagai bahan referensi atau pertimbangan yang dapat digunakan bagi penelitian berikutnya yang mengambil permasalahan yang sama.

1.4.3 Aspek praktis

Sebagai masukan-masukan pada perusahaan dalam peningkatan penjualan perusahaan, membantu mempromosikan produk penjualan, memberikan informasi tentang semua data yang ada dalam sistem. seperti, kategori barang, persediaan, pelanggan dan transaksi, mempermudah konsumen dalam pembelian produk, membantu konsumen untuk memperoleh informasi dengan cepat.