

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam setiap kegiatan usaha bisnis, pemasaran memegang peran yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sebuah perusahaan dengan hasil produk yang biasa saja bisa menjadi sukses hanya karena strategi pemasaran pada perusahaan yang cukup handal, sebaliknya sebuah perusahaan dengan produk yang berkualitas penjualannya tidak akan maksimal jika upaya pemasaran tidak dilakukan dengan baik terhadap para konsumen. Pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola oleh sebuah perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan angka penjualan produk atau layanan jasa tersebut. Tanpa adanya sebuah proses pemasaran, maka pasar tidak akan tahu terhadap produk atau layanan bisnis yang kita buat. Oleh karena itu pemasaran menjadi suatu cara yang umum digunakan oleh setiap perusahaan yang ada di dunia.

Begitu pula dengan penjualan. Penjualan juga memegang peranan penting bagi setiap perusahaan, baik itu perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan manufaktur. Penjualan merupakan suatu hal yang utama yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan dari penjualan, perusahaan akan memperoleh uang masuk yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan operasi perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu sebagian besar pendapatan perusahaan diperoleh juga penjualan. Keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari angka penjualan yang didapat. Dengan kata lain, apakah perusahaan itu dapat mendapatkan laba atau tidak sangat bergantung pada keberhasilan penjualan.

Dengan memanfaatkan teknologi *internet* proses pemasaran dan penjualan suatu perusahaan dapat berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga akan meningkatkan angka penjualan dan juga meningkatkan pendapatan suatu perusahaan. Salah satu bentuk pemanfaatan *internet* yang paling besar dapat dirasakan yaitu pada bidang bisnis dan penjualan atau promosi sebuah produk dan

jasa. Transaksi yang dilakukan melalui teknologi internet dikenal pula dengan istilah *e-commerce* (perdagangan elektronik). Teknologi *internet* berdampak cukup besar pada dunia bisnis (*e-commerce*) dengan adanya perdagangan melalui *internet* maka akan sangat memudahkan bagi calon pelanggan untuk melihat informasi produk dan promosi produk, membeli maupun melakukan pembayaran. Itu berarti transaksi penjualan secara *online* memiliki potensi yang bagus untuk mendapatkan calon pelanggan dari seluruh dunia. Dengan adanya penjualan melalui *website* akan memudahkan perusahaan untuk menginformasikan dan menjual produk kepada pelanggan tanpa harus dibatasi ruang dan waktu. Mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar telah menjadikan sistem penjualan secara *online* sebagai sarana promosi yang murah dan sangat terjangkau. Sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Seiring berkembangnya sebuah bisnis, dapat di nilai masih belum dilengkapi suatu sistem yang dapat membantu meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnis, di antaranya adalah : (a). Kegiatan pemasaran dilakukan dengan cara konservatif pada umumnya, (b). sistem penjualan yang digunakan saat ini merupakan sistem secara manual dimana menggunakan media telepon atau pelanggan datang untuk bertanya langsung mengenai produk, (c). Belum adanya sistem yang dapat menampilkan informasi mengenai produk yang dijual.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka diusulkan untuk membuat sistem pemasaran dan penjualan berbasis website. Judul yang diusulkan adalah **“Perancangan User Interface (UI) Pada Website Jasa Konveksi UD H3SSport Menggunakan Figma”**.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka di susun rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah Bagaimana merancang User Interface pada website jasa konveksi UD.H3SSport menggunakan figma ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas, terdapat Batasan masalah sebagai berikut :

- a. Perancangan user interface yang akan di bangun terdapat proses berupa, *input* kategori produk, *input* spesifikasi produk, dan *input* penawaran harga produk.
- b. Perancangan user interface yang akan di bangun akan menampilkan output berupa tampilan dan tata letak menu bisnis yang di tawarkan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang User Interface yang mudah diakses secara *user friendly* pada website sebagai media pemasaran yang dapat di akses oleh siapa saja secara luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Bagi Penulis

- a. Dapat mempelajari, menganalisa, maupun membandingkan materi yang diperoleh selama proses perkuliahan dengan masalah yang sebenarnya.
- b. Mengetahui penggunaan Sistem Informasi dalam pemanfaatannya secara langsung.
- c. Menambah wawasan penulis di dalam merancang user interface pada website.

1.5.2 Bagi Universitas

- a. Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang sistem informasi.
- b. Memberikan refrensi bagi peneliti selanjutnya di bidang sistem informasi.

1.5.3 Bagi UD. H3Sport

- a. Memberikan gambaran suatu sistem informasi tampilan user interface pada website.
- b. Dengan adanya gambaran suatu sistem informasi tampilan user interface, maka di harapkan dapat di terapkan, sehingga menjadikan pasar bisnis yang lebih luas, dan meningkatkan angka penjualan, sehingga angka pendapatan bisnis akan lebih meningkat dan lebih berkembang