

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi persaingan globalisasi bisnis yang tumbuh dengan pesat, kemampuan dalam mempertahankan dan mengembangkan eksistensi suatu perusahaan menjadi hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan sedang berlomba-lomba mengambil langkah cepat dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat, salah satunya yakni pemanfaatan teknologi informasi yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. (tri agus, Richardus, Muh fauzi, 2017)

Reward adalah hadiah atau imbalan atau penghargaan atas pencapaian yang menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini penting dilakukan karena tujuan memberikan imbalan pada dasarnya untuk memotivasi para karyawan. Dengan demikian reward adalah semua bentuk return baik dari finansial maupun non-finansial yang diterima karyawan karena jasa yang disumbangkan pada perusahaan. (dewi lina, 2014)

PT.Schneider elektik bergerak dalam bidang elektrik (peralatan listrik). Ada 5 distributor resmi yang bekerja sama dengan pt schneider untuk pemasaran produk schneider ke toko-toko. Setiap toko berhak order barang ke distributor manapun yang ready barang.

No	Nama Distributor	Jml Sales jabodetabek	Jumlah kunjungan per sales
1	Graha Anugrah Elektrindo	6	5-8
2	Samudra Karya Mandiri	5	5-8
3	Mentari	7	5-8
4	Telesindo Tunggal mandiri Sukses	3	5-8
5	Sahabat Abadi Sejahtera	5	5-8

Untuk meningkatkan penjualan PT schneider mengadakan reward yang ditentukan dengan nominal order dan jangka waktu, dan orderannya bisa di akumulasikan oleh semua distributor. Reward ini sangat menarik untuk toko sehingga setiap toko berlomba-lomba untuk mendapatkannya. Selama ini PT Schneider menerima report penjualan distributor setiap minggunya kemudian PT schneider yang mengakumulasi ordean setiap toko, dan ini hanya bisa dilihat ketika penutupan reward karena keterbatasan admin. Jadi toko harus menghitung sendiri untuk pencapaiannya agar pencapaian yang diinginkan tidak meleset, sedangkan tidak banyak toko yang memerhatikan dan menghitung sendiri orderannya, mengingat betapa banyaknya pekerjaan pemilik toko.

Untuk itu sistem terintegrasi sangat diperlukan untuk mengakumulasi data orderan toko di setiap distributor. Agar distributor atau sales dapat menginformasikan kepada toko pencapaiannya setiap minggunya. Dan untuk meningkatkan penjualan pada setiap distributor. Selain itu PT schneider juga bisa mendapatkan laporan orderan setiap harinya. Dan tidak perlu menunggu distributor

mengirim data. Tp bisa langsung diakses hari itu juga. Dan dapat melihat stok yang tersedia pada distributor.

Sistem reward pada PT schneider elektrik adalah pembelian paket dalam jumlah tertentu dan toko dapat membeli paket senilai hadiah yang di kehendaki, dan pembeliannya bisa di akumulasi dalam jangka waktu yang sudah di tentukan, dan dapat di akumulasi dari setiap distributor resmi schneider, dengan bukti stamp disetiap pebelianya ke distributor.

Paket	Pembelian Nett (Rp.)	Hadiah Pilihan	
		Hadiah Voucher Belanja (Rp.)	Hadiah Trip
1	2.000.000.000	40.000.000	2 Pax Europe Trip 12D atau 2 Pax Paket Umroh
2	1.000.000.000	17.500.000	2 Pax Trip Korea 7D
3	250.000.000	3.750.000	1 Pax Trip Labuan Bajo 4D
4	100.000.000	1.250.000	
5	25.000.000	250.000	
6	10.000.000	500.000	< Pengembalian Paket Maksimal 1 Paket / Toko

**Syarat & ketentuan**

1. Periode Promo 15 Januari - 15 April 2019.
2. Basis akhir penyelesaian lembar stiker ke Distributor / Sub Distributor paling lambat 22 April 2019.
3. Promo hanya berlaku untuk toko-foto di Pulau Jawa.
4. Setiap pembelian Rp.500.000 (Harga Nett) dalam 1 Faktur ke Distributor / Sub Distributor Resmi di masing-masing area akan mendapatkan 1 stiker dan Distributor / Sub Distributor Berhak mengambil.
5. Promo berlaku untuk setiap pembelian produk Schneider pada Price List 2019 Bab. 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 dan Produk pada Price List Residential 2019.
6. Pembelian lintas wilayah tidak dapat diperhitungkan.
7. Pembelian Paket Spesial 10. Jika paket ini hanya dapat dilakukan maksimal 1 paket / toko.
8. Pembelian Paket 4, 2 dan 3 toko dapat memilih hadiah Voucher Belanja atau Hadiah Trip.
9. Promo berlaku untuk Toko yang memiliki Schneider Shop ID. Jika tidak memiliki Shop ID, maka toko wajib mendaftarkan ke Distributor / Schneider untuk mendapatkan Shop ID.
10. Foto stiker terlekat dalam kemasan kemasan atau perantara yang dapat mengkilap Schneider / Distributor / Sub Distributor.
11. Promo tidak berlaku untuk toko yang memiliki hubungan kerabat dengan Distributor / Sub Distributor.
12. Toko wajib mengupload dan mempostingkan stiker pada lembar stiker yang telah disediakan oleh PT Schneider Indonesia (lembar stiker yang diberikan adalah lembar ini bukan foto copy).
13. Pencapaian stiker akan diklarifikasi dan di validasi oleh pihak Schneider melalui laporan dari Distributor. Jika jumlah stiker tidak sesuai dengan laporan Distributor, maka PT Schneider Indonesia berhak memuliskan stiker final yang dapat di klaim hadiah.
14. Keputusan PT Schneider Indonesia adalah mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

**Ketentuan Hadiah**

1. Pajak hadiah dibayarkan oleh PT Schneider Indonesia.
2. Bukti potong pajak hadiah PPh22 akan diberikan atas nama penerima hadiah.
3. Hadiah tidak dapat diukur atau diarsikan.
4. Jenis hadiah tidak mengikat. Jika terjadi kenaikan harga dan hadiah tidak tersedia di market, maka akan diganti dengan nilai yang setara.
5. Hadiah akan mulai dibagikan oleh PT Schneider Indonesia mulai Juli 2019.

Gambar 1.1 Contoh Promo Reward

Berdasarkan beberapa penelitian terkait yang dijadikan rujukan dalam penelitian diantaranya: Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dyah Pramita, Firdaus, Mira Afrina, (2012) mengenai Penerapan Data Mart Penjualan Hypermarket XYZ Menggunakan Metode From Enterprise Models To Dimensional Models. Hypermarket XYZ memiliki cabang-cabang yang tersebar diseluruh indonesia dengan sistem basis data yang terpusat, salah satunya yaitu cabang Pasteur. Dengan sistem basis data yang terpusat, setiap cabang menyimpan data transaksi penjualan hanya sebatas back up. Namun back up data histori

transaksi penjualan tersebut hanya disimpan dan ditumpuk di database tanpa ada pemanfaatan lebih lanjut, selain itu menyebabkan kesulitan dalam mengakses data yang sudah berumur lebih dari dua tahun, sehingga tidak dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pihak top management sebagai bahan analisis dalam pengambilan keputusan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arik Sofan Tohir (2017) **mengenai** pemodelan sistem data terdistribusi untuk menintegrasikan data akademik dan keuangan. Untuk pengelolaan data – data yang ada pada sebuah organisasi atau perusahaan tentunya tidak lepas dari software pengolahan data dari berbasis dekstop (dekstop base), berbasis wab (web base) maupun berbasis mobile (mobile base). Dan sebuah sistem tentunya tidak lepas dari data base engine yang berfungsi untuk menampung data – data yang ada.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis mengangkat judul skripsi **“Sistem Terintegrasi Data Penjualan Pada PT Schneider Indonesia”** Sistem ini diharapkan dapat mempermudah pertukaran data dari distributor ke PT Schneider.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesui dengan masalah yang sedang dihadapi , maka identifikasi masalah adalah:

1. Tidak adanya keterkaitan data saleing out distributor kepada PT Schneider yang dapat di akses.
2. Distributor harus update penjualan setiap 2 minggu sekali.
3. Data barang keluar hanya dapat dilihat PT Schneider pada akhir bulan.
4. Penghitungan barang masuk yang kurang jelas dan kurang update untuk pelanggan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Mengacu pada permasalahan diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

Bagaimana membangun sistem data yang terintegrasi antara distributor dengan pt schneider?

### **1.4 Batasan Masalah**

1. Sistem keterkaitan data antar distributor
2. Sistem pendapatan reward.
3. Program yang digunakan adalah PHP dan menggunakan database MySQL

### **1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

1. Menghasilkan aplikasi keterkaitan data, dan mempermudah perusahaan untuk mengontrol distributor.
2. Menghasilkan aplikasi yang bermanfaat untuk sales dalam memonitoring pelanggan mencapai target.
3. Menghasilkan reward yang di dapat oleh pelanggan
4. Untuk mengatasi kendala penghitungan target pelanggan

### **1.6 Tempat Dan Waktu Penelitian**

#### **1.6.1 Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT schneider indonesia yang beralamat jln RA kartini, cilandak, jakarta selatan.

## 1.6.2 Waktu

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada April 2019 sampai Agustus 2019

## 1.7 Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Dalam penelitian ini metode pengembangan perangkat lunak yang digunakan adalah RAD yaitu metode pengembangan perangkat lunak dengan membagi tim pengembangan menjadi beberapa tim untuk mengerjakan beberapa komponen masing-masing tim pengerjaan dapat dilaksanakan secara paralel.

Menurut Rossa (2014) Rapid Application Development (RAD) adalah model proses pengembangan perangkat lunak yang bersifat inkremental terutama untuk waktu pengerjaan yang pendek. Model RAD adalah adaptasi dari model air terjun versi kecepatan tinggi dengan menggunakan model air terjun untuk pengembangan setiap komponen perangkat lunak.

## 1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini adalah seperti berikut:

### 1. Observasi / survey

Melakukan survey langsung ke lapangan untuk mendapatkan data mengenai permasalahan yang ada. Selain itu melakukan tanya jawab kepada beberapa pihak yang terkait dengan materi penulisan tugas akhir untuk mendapatkan data-data yang lebih akurat dan dapat di pertanggung jawabkan.

## 2. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dan informasi yang diperoleh dengan membaca serta mempelajari dokumen yang menyangkut permasalahan yang sedang dihadapi.

### 1.9 Sistem Penulisan

Adapun untuk mempermudah dalam melakukan penulisan tugas akhir, maka penulis membagi dalam lima bab yang akan ditulis sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan di uraikan mengenai perkembangan teknologi yang sedang berkembang, serta akan membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data serta sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Merupakan bab landasan teori yang akan dipaparkan sebagai acuan dari perancangan sistem informasi yang akan dibuat.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan mengena identifikasi dan analisa kebutuhan terhadap data dan aplikasi, perencanaan aplikasi dan diagram alur (UML) .

## **BAB 1V PERANCANGAN SISTEM DAN IMPLEMENTASI**

Bab ini menjelaskan tentang proses perancangan aplikasi sistem informasi monitoring penjualan dengan metode data mining

## **BAB V PENUTUP**

Diakhir bab ini berisi mengenai kesimpulan dan penelitian serta saran yang berhubungan dengan penyusunan skripsi.

