

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Evolusi teknologi yang cepat mengharuskan entitas bisnis segera menyesuaikan diri dengan transformasi ini [1]. Selain itu, dalam hal memenuhi persyaratan, konsumen kontemporer menunjukkan tingkat individualisme yang lebih tinggi dan mencari produk atau layanan yang lebih disesuaikan dengan preferensi mereka [2]. Integrasi teknologi informasi telah muncul sebagai inisiatif strategis yang digunakan oleh pemilik bisnis untuk meningkatkan aliran pendapatan dan mendorong pertumbuhan organisasi dalam perusahaan [3]. Bidang pemasaran memainkan peran penting dalam operasi perusahaan, karena berusaha untuk mencapai tujuan, mendorong ekspansi bisnis, menghasilkan keuntungan, dan memastikan keberlanjutan organisasi [4].

Entitas bisnis yang mampu berpartisipasi dalam kompetisi ini adalah entitas yang dapat secara efektif mengintegrasikan teknologi dan informasi dalam operasinya. Contoh integrasi tersebut melibatkan peningkatan daya saing dan meningkatkan penjualan produk melalui pemanfaatan *e-commerce* untuk mempromosikan beragam barang dan jasa, baik dalam format nyata maupun digital [5]. *E-commerce* mencakup semua aspek penjualan, pengadaan, distribusi, dan kegiatan promosi yang dilakukan melalui sistem online berbasis Internet atau memanfaatkan platform elektronik [6]. *Digital marketing* merupakan suatu media pemasaran yang saat ini sangat banyak diminati oleh masyarakat guna mendukung berbagai aktivitas yang dilakukan. Sedikit demi sedikit masyarakat sudah mulai merambah ke pemasaran digital dan meninggalkan pemasaran konvensional.

PT. Sarana Jaya Elektronik adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi alat elektronik. Saat ini, PT. Sarana Jaya Elektronik telah menggunakan sistem *e-commerce* yaitu aplikasi Tokopedia untuk melakukan penjualan produknya. Tokopedia memainkan peran penting dalam mendorong pemulihan ekonomi nasional dan memberikan kontribusi yang signifikan untuk memenuhi kebutuhan penduduk Indonesia. Sebagai perusahaan teknologi yang berasal dari Indonesia, Tokopedia memainkan peran penting dalam membantu masyarakat Indonesia menavigasi tantangan yang ditimbulkan oleh era pandemi menggunakan

solusi teknologi. Dengan memanfaatkan *platform e-commerce* yang tersedia di [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), individu di seluruh komunitas memiliki kesempatan untuk terlibat sebagai pengguna, memfasilitasi transaksi penjualan dan pembelian yang mulus dan dipercepat. Selain itu, pengusaha dan berbagai kelompok masyarakat dapat secara efektif memasarkan produk mereka ke khalayak luas dengan biaya yang sangat minimal [7]. Agar dapat mengetahui pengaruh penerapan sistem *e-commerce* terhadap peningkatan strategi penjualan, maka dapat dilakukan proses analisis dengan menggunakan metode deskriptif.

Penelitian deskriptif melibatkan pendekatan penelitian di mana para sarjana mengeksplorasi kejadian dan kejadian dalam kehidupan individu, meminta satu atau sekelompok individu untuk menceritakan pengalaman mereka. Selanjutnya, peneliti menyajikan data ini secara deskriptif berurutan. Fitur yang menentukan dari penelitian deskriptif terletak pada pengumpulan data melalui kata-kata dan gambar, bukan nilai numerik seperti dalam penelitian kuantitatif. Tujuan utamanya adalah untuk menggambarkan fenomena yang ada, yang mencakup fenomena alam dan buatan. Fenomena ini mungkin berkaitan dengan bentuk, perilaku, atribut, modifikasi, koneksi, persamaan, dan perbedaan antara fenomena yang berbeda. Pada dasarnya, penelitian deskriptif berusaha untuk menjelaskan dan menjelaskan berbagai aspek seperti skenario, kondisi dengan korelasi yang mapan, perubahan sudut pandang, dampak, atau hasil yang terjadi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Merujuk pada konteks yang disebutkan di atas, maka masalah yang dihadapi adalah bagaimana menganalisis pengaruh penerapan sistem *e-commerce* dalam meningkatkan strategi penjualan pada PT. Sarana Jaya Elektronik dengan metode deskriptif.

## **1.3 Batasan Masalah**

Ruang lingkup penelitian ini adalah:

1. Input sistem mencakup data produk dan data penjualan.
2. Data penjualan yang diambil dari periode tahun 2022 sampai tahun 2023 dengan jumlah  $\pm 5000$  data.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan metode deskriptif dalam menganalisis pengaruh penerapan sistem *e-commerce* dalam meningkatkan strategi penjualan pada PT. Sarana Jaya Elektronik.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dengan selesainya penelitian ini :

1. Mengetahui pengaruh penerapan sistem *e-commerce* dalam meningkatkan strategi penjualan pada PT. Sarana Jaya Elektronik.
2. Menjadi bahan referensi untuk pembelajaran dan penelitian, terutama yang berhubungan dengan penelitian analisis deskriptif.

## **1.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis pakai dalam pembuatan laporan ini adalah:

1. Studi kepustakaan.

Pendekatan ini digunakan untuk tujuan mengumpulkan kerangka teoritis yang akan digunakan dalam upaya menyelesaikan laporan yang telah ditentukan, melalui pemeriksaan dan penyelidikan literatur atau dokumen tertulis yang berkaitan dengan subjek studi. Bahan yang diperlukan akan dicari dan dikumpulkan dari berbagai sumber di internet yang berupa jurnal-jurnal ilmiah baik jurnal nasional maupun jurnal internasional, terutama yang berhubungan dengan analisis strategi penjualan dan metode deskriptif.

2. Observasi.

Observasi adalah metodologi yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan wawasan melalui pengamatan dan dokumentasi proses dalam sistem penjualan PT. Sarana Jaya Elektronik