

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi merupakan salah satu elemen yang berkembang dengan cepat di era globalisasi ini. Peran teknologi informasi semakin luas dengan berkembangnya beberapa media informasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi yang baik.

Informasi yang baik sangat berguna untuk pedoman, pengambilan keputusan dalam pembelian, serta referensi untuk sebuah penelitian terutama dalam bidang bisnis. Teknologi informasi saat ini tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, akan tetapi juga digunakan sebagai sarana komunikasi dalam dunia bisnis juga sebagai pemasaran.

Teknologi informasi dalam dunia bisnis dapat dimanfaatkan salah satunya adalah dengan akses yang dilakukan melalui komunikasi dalam jaringan (*online*). Komunikasi ini dilakukan melalui internet guna mendapatkan akses dengan jangkauan yang luas.

Teknologi informasi yang diterapkan menggunakan komunikasi dalam jaringan membentuk suatu sistem yang disebut dengan sistem informasi. Sistem ini mengolah beberapa data menjadi informasi yang kemudian dipublikasikan untuk diakses oleh para pengunjung yang membutuhkan.

Informasi yang disampaikan dalam pemasaran atau bisnis dalam jaringan dapat berupa informasi produk, harga, pemesanan/pembelian dan informasi penting lainnya. Informasi-informasi ini tentunya dapat dengan mudah diakses kapan dan dimana saja.

Bisnis dan pemasaran melalui internet cenderung menembus berbagai batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang berlaku. Sedangkan pemasaran konvensional barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak melibatkan beberapa pihak untuk dapat menyampaikan

informasi produk dibandingkan pemasaran lewat internet yang sering disebut dengan istilah *e-commerce*.

Kegiatan transaksi ini juga merupakan sarana pemasaran yang baik. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramus dan Nielsen (dalam Jogiyanto : 2013, 121) tentang penerapan *Theory of Planned Behavior* terhadap *online Grocery Retailing*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pembelian barang secara *online* dipandang lebih menguntungkan dibandingkan pembelian barang eceran secara konvensional karena dianggap lebih nyaman, terdapat macam-macam ketersediaan produk, dan harga yang lebih murah. Oleh karenanya, pemasaran yang dilakukan dalam jaringan internet adalah salah satu strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk.

Guna meningkatkan penjualan produk, beberapa pemilik usaha harus memikirkan apa yang harus dilakukan dalam pelaksanaannya. Belum lagi dengan bertambahnya para pesaing usaha, setidaknya pemilik usaha harus mampu melihat media yang akan digunakan dalam kegiatan pemasaran tentunya. Salah satunya adalah dengan menggunakan pemasaran *online*.

Beberapa strategi pemasaran *online* banyak dilakukan oleh usaha yang digeluti di dunia perlengkapan pernikahan. Anggrek Souvenir Palembang merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang penjualan berbagai macam souvenir pernikahan dengan berbagai macam desain menarik yang beralamat di Jalan Lunjuk Jaya No. 20 RT 48 , Bukit Besar Palembang. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2000 dengan jumlah karyawan sebanyak 15 orang dan pemasaran yang dilakukan adalah melalui media sosialisasi *facebook* dan secara tradisional.

Menurut Ridafi (2016), pemasaran yang dilakukan oleh Anggrek Souvenir Palembang dengan memanfaatkan media sosialisasi *facebook* kurang maksimal karena fasilitas yang diberikan media sosial *facebook* tidak memiliki fasilitas yang cukup memadai untuk menyampaikan informasi kepada pengunjung laman.

Ridafi (2016) juga menyebutkan bahwa kegiatan mendatangi penjual secara langsung dapat menyebabkan terjadinya ketidakefisienan waktu dan tenaga

dalam memperoleh informasi sebelum kegiatan pembelian, terutama untuk konsumen yang berasal dari luar domisili. Pembeli harus mengeluarkan biaya tambahan berupa ongkos atau biaya transportasi hanya untuk mencari informasi tentang produk. Adapun pemasaran dilaksanakan secara tradisional memiliki cakupan yang cenderung sempit serta sulit untuk menyentuh segmen pasar yang kurang luas.

Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis sangat tertarik untuk membuat rancangan sistem informasi dalam jaringan melalui media *website*. Dengan adanya sistem informasi pemasaran ini diharapkan dapat mempermudah konsumen memperoleh informasi mengenai produk yang dipasarkan Anggrek Souvenir dan memperluas jaringan pemasaran, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk. Rancangan sistem informasi pemasaran ini disajikan penulis dalam bentuk laporan akhir dengan judul **“Perancangan Sistem Informasi Pemasaran melalui *Website* pada Anggrek Souvenir Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan laporan akhir ini adalah “Bagaimana perancangan Sistem Informasi Pemasaran Melalui *Website* pada Anggrek Souvenir Palembang?”

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, maka penulis membatasi permasalahan pada laporan ini pada rancangan pembangunan sistem informasi pemasaran yang terdiri dari beranda, profil, produk, galeri, syarat dan ketentuan, dan *contact us*; dengan bahasa pemrograman yang digunakan adalah *HTML* serta melalui pengelolaan fasilitas yang disediakan editor blog.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana perancangan sistem informasi pemasaran melalui *website* pada Anggrek Souvenir Palembang.

1.4.2 Manfaat

Dengan merancang media pemasaran melalui *website*, pemilik dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulisan laporan akhir ini penulis akan mengambil studi kasus di Anggrek Souvenir Palembang yang beralamat di Jalan Lunjuk Jaya No. 20 Bukit Besar Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah sebagai berikut yaitu:

- a. Data primer yang penulis dapat langsung dari pemilik usaha Anggrek Souvenir Palembang. Adapun data primer yang penulis gunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah:
 - 1) Data daftar harga dan jenis souvenir yang dipasarkan oleh Anggrek Souvenir
 - 2) Data hasil penjualan produk selama 7 bulan terakhir
 - 3) Sejarah, struktur organisasi, dan daftar jumlah karyawan serta pembagian kerja
- b. Data sekunder yang dihasilkan dari membaca sumber bacaan dari internet, jurnal-jurnal, buku, dan artikel serta hasil penelitian yang telah dipublikasikan oleh beberapa pihak. Data sekunder yang penulis

gunakan yaitu informasi tentang keberadaan situs dan alamat Anggrek Souvenir Palembang di internet.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis akan melaksanakan beberapa kegiatan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan yaitu :

- a. Studi Pustaka yaitu mencari bahan yang dibutuhkan dengan cara membaca buku-buku yang berhubungan dengan *HTML*, perangkat aplikasi, serta perancangan *website* dan referensi-referensi lain yang berhubungan dengan penulisan serta *browsing* dan *searching* lewat internet.
- b. Riset Lapangan. Penulis akan melakukan riset lapangan dengan melaksanakan observasi (mendatangi rumah pemilik secara langsung) dan wawancara langsung dengan pemilik usaha Anggrek Souvenir Palembang.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam melakukan riset lapangan ini adalah:

- a. Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung di Anggrek Souvenir untuk memperoleh data yang akurat
- b. Wawancara yaitu melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan beberapa karyawan yang bekerja pada Anggrek Souvenir untuk data-data pendukung lainnya.

1.6 Metodologi Perancangan Sistem Informasi

1.6.1 Komponen-komponen Sistem Informasi

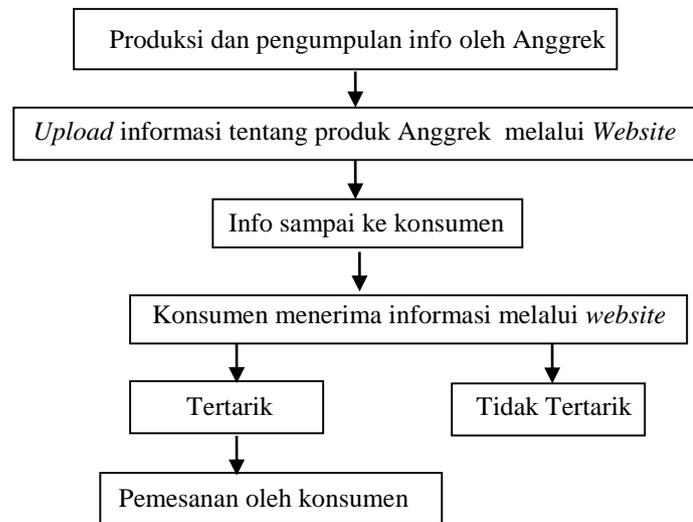
Komponen-komponen sistem informasi yang akan dirancang pada pembuatan *website* sebagai media pemasaran *online* ini adalah sebagai berikut yaitu:

- a. Beranda
Merupakan halaman utama yang memuat gambaran produk-produk yang terdapat pada Anggrek Souvernir secara garis besar dan pada laman ini dapat juga difungsikan sebagai halaman yang menyajikan informasi-informasi ringan yang dapat diperbaharui setiap saat.
- b. Profil
Halaman ini berisi tentang profil usaha yang dijalankan yang meliputi sejarah dan data pemilik.
- c. Struktur
Bagian ini berisi tentang struktur organisasi usaha Anggrek Souvenir serta pembagian tugasnya.
- d. Produk
Memuat informasi tentang produk apa saja yang ada pada Anggrek Souvernir beserta harganya.
- e. Galeri
Berisi foto-foto produk yang dipasarkan Anggrek Souvenir
- f. Syarat dan Ketentuan
Memuat informasi tentang ketentuan pemesanan produk
- g. *Contact Us*

1.6.2 Rancangan Alur Sistem Informasi

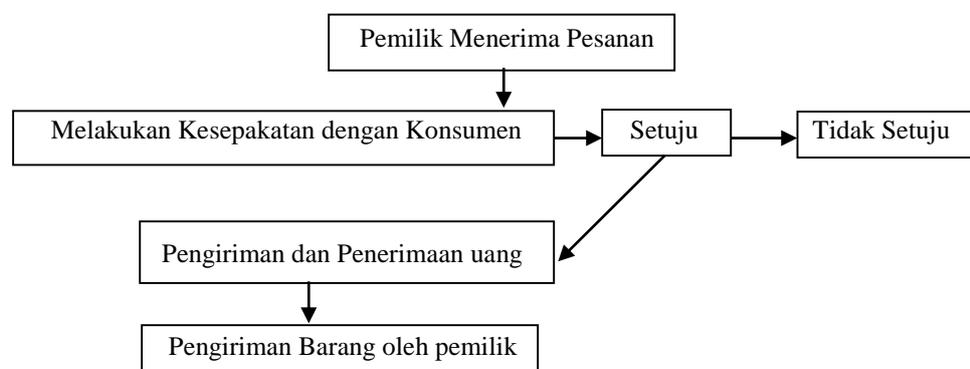
Sistem informasi produk dalam hal ini diawali dengan produksi barang berupa souvenir oleh Anggrek Souvenir. Produk-produk yang dihasilkan selanjutnya di dokumentasikan, hasil dokumentasi merupakan informasi yang nantinya disampaikan dalam *website* sebagai media pemasaran. Informasi mengenai produk sampai ke konsumen melalui jaringan lewat media promosi *website* yang menampilkan gambar-gambar, harga serta informasi lainnya.

Rancangan alur sistem informasi produk dan penjualan dapat digambarkan sebagai berikut;



Gambar 1.2
Alur Sistem Informasi Produk

Konsumen yang tertarik akan mencari informasi tentang produk untuk kemudian melakukan pemesanan sesuai kebutuhan.



Gambar 1.3
Alur Penjualan Produk

Melalui *website*, Anggrek Souvenir menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen. Konsumen selaku penerima informasi yang tertarik akan memesan produk melalui alamat pemilik usaha yang dicantumkan dalam situs usaha dalam jaringan.

Pemesanan dilanjutkan dengan kesepakatan mengenai beberapa syarat dan ketentuan serta persetujuan. Setelah kedua pihak menyetujui pelaksanaan pembelian, pengiriman barang dan penerimaan dilaksanakan sebagai hasil akhir pemasaran dan transaksi.