

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan informasi berbasis komputer pada saat ini sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal tersebut membuat setiap orang ingin mempunyai teknologi yang semakin canggih agar dapat bersaing dengan yang lain. Saat ini teknologi dan informasi berbasis komputer banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan bisnis seperti *e-commerce* dan juga untuk pengelolaan data di dalam kegiatan bisnis. Saat ini perusahaan dan juga instansi pemerintahan sudah mulai meninggalkan sistem pengolahan data secara manual dan beralih kepada sistem komputerisasi. Komputer bukan hanya membantu instansi/perusahaan tetapi pemilik usaha mikro kecil menengah juga. Adanya komputer dan internet pada setiap usaha mikro kecil menengah, maka dapat dengan mudah para konsumen untuk mengumpulkan, mengelola dan menyalurkan informasi tersebut.

Informasi yang telah dikelola membuat pembentukan sebuah jaringan internet berbasis *website* sehingga memudahkan dalam penyebaran informasi secara *online*. Mendesain sebuah *website* tidaklah mudah, butuh keahlian khusus dan hanya para programmer yang mempunyai keahlian tersebut. Namun saat ini sudah terdapat fasilitas pembuatan *website* gratis tanpa perlu melakukan *hosting* terlebih dahulu. Pengguna *website* tinggal mengganti *template* atau tampilan *website* yang diinginkan oleh pengguna dan dapat langsung mengisi *website* tersebut dengan data informasi yang akan dibagikan kepada para pengguna internet.

Internet merupakan singkatan kata dari *interconnection-networking*, bila dijabarkan secara global maka internet merupakan jaringan seluruh komputer yang ada di dunia yang saling terhubung satu sama lain dengan menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sehingga seluruh komputer yang dapat terhubung ke internet dapat saling mengakses bertukar informasi baik data, gambar, video, dan lain sebagainya.

Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Sesuai dengan survei yang dilakukan BPS mengenai pola penggunaan internet di Indonesia yang didapati bahwa lebih dari 75% usaha di sektor bisnis baik di perkotaan maupun di pedesaan menggunakan komputer (Harianti,2014).

Jumlah pengguna internet terus meningkat setiap tahunnya sehingga hal tersebut membuktikan bahwa internet semakin sering digunakan untuk beberapa kepentingan di Indonesia. Bisnis dan pemasaran melalui internet cenderung menembus berbagai rintangan, 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*.

Toko buku sebagai tempat dimana setiap orang yang ingin membeli buku untuk menambah pengetahuan dan juga wawasan saat ini sudah seharusnya untuk melakukan *e-commerce*, yaitu pemasaran lewat internet sehingga dapat menjangkau seluruh konsumen yang ada di Indonesia bahkan seluruh negara di dunia yang ingin membeli buku-buku tertentu yang ditempatnya sudah tidak ada lagi persediaan buku yang dicari oleh para konsumen ataupun tidak ada yang menjual buku yang dicari oleh para konsumen tersebut. Oleh karena itu, media pemasaran melalui internet saat ini sudah sangat diperlukan bagi setiap UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) agar dapat mempermudah dalam melakukan transaksi jual beli guna meningkatkan omset dan juga daya saing terhadap usaha yang sama baik di dalam daerah maupun di luar daerah.

TC (Tawakal Corporation) *Book Corner* merupakan salah satu toko buku yang menjual ratusan buku Islami. TC *Book Corner* sudah berdiri sejak tahun 2005 yang didirikan oleh Kms. Ronald Rizky. Media promosi yang digunakan TC *Book Corner* menggunakan brosur, dan bazar. Namun media promosi yang digunakan tersebut tidak efektif dan efisien dikarenakan tidak seluruh konsumen yang mendapatkan informasi tersebut, keterbatasan waktu yang dimiliki dalam

berkomunikasi melalui media sosial, membutuhkan banyak biaya untuk membuat brosur dan juga dalam mengikuti kegiatan bazar. *TC Book Corner* belum menggunakan media alternatif seperti *e-commerce* yang dapat menjangkau seluruh konsumen di Indonesia dan juga dapat memberikan informasi lengkap mengenai buku-buku yang dijual oleh *TC Book Corner*. Adanya media alternatif tersebut dapat memudahkan para konsumen untuk membeli buku yang sedang dicari tanpa harus datang ke *outlet TC Book Corner*.

Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis bermaksud membuat sistem informasi berbasis *Website* pada *TC Book Corner* dengan menggunakan layanan pembuatan *website* gratis yang disediakan oleh Blogger, sehingga buku yang dijual dapat mencapai seluruh segmen pasar baik secara nasional maupun internasional yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan memudahkan para konsumen mendapatkan informasi mengenai buku yang dijual dan juga dapat membeli buku yang dijual tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengambil judul **“Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Melalui Website Pada TC (Tawakal Corporation) Book Corner”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah:

1. *TC (Tawakal Corporation) Book Corner* belum menerapkan sistem informasi pemasaran melalui *website* melainkan masih menggunakan brosur, dan bazar.
2. Bagaimana menerapkan sistem informasi pemasaran melalui *website* pada *TC (Tawakal Corporation) Book Corner*.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi pembahasan yang akan dibahas guna menghindari pembahasan yang menyimpang dari topik yang dibahas, antara lain:

1. Perancangan *website* dengan menggunakan layanan pembuatan *website* yang disediakan oleh Blogger.

2. Menerapkan sistem informasi pemasaran melalui website yang terdiri dari beranda, profil, cara belanja, cara pembayaran, dan hubungi kami; dengan bahasa pemrograman yang digunakan adalah *HTML* melalui pengelolaan fasilitas yang disediakan oleh Blogger.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem informasi pemasaran melalui *website* pada TC (Tawakal Corporation) *Book Corner*.

1.4.2 Manfaat

Penerapan sistem informasi pemasaran melalui *website* dapat memberikan manfaat kepada pemilik untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan buku.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulisan laporan akhir ini penulis akan mengambil studi kasus pada TC (Tawakal Corporation) *Book Corner* Komplek Multiwahana Blok M10 Jl. Mahoni 4 No. 772 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

Data primer yang penulis dapat langsung dari pemilik TC (Tawakal Corporation) *Book Corner*. Adapun data primer yang penulis gunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah:

1. Data daftar harga buku yang dijual oleh TC (Tawakal Corporation) *Book Corner*

2. Data hasil penjualan buku selama 1 tahun terakhir
3. Sejarah, struktur organisasi, dan pembagian kerja

b. Data Sekunder

Data sekunder yang dihasilkan dari membaca sumber bacaan dari artikel, internet, dan buku. Data sekunder yang penulis gunakan yaitu informasi tentang keberadaan situs dan alamat TC (Tawakal Corporation) *Book Corner*.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

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

- a. Studi Pustaka yaitu mencari data yang dibutuhkan dengan cara membaca buku yang berhubungan dengan *HTML*, perangkat aplikasi, serta perancangan *website* dan referensi lain yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir.
- b. Wawancara yaitu melakukan wawancara langsung dengan pemilik untuk mendapatkan data pendukung lainnya yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir dan juga pembuatan *website*.

1.6 Metodologi Penerapan Sistem Informasi

1.6.1 Komponen Sistem Informasi

Komponen sistem informasi yang akan diterapkan pada pembuatan *website* sebagai media pemasaran *online* ini adalah sebagai berikut:

a. Beranda

Merupakan halaman utama yang memuat buku yang dijual oleh TC (Tawakal Corporation) *Book Corner*.

b. Profil

Halaman ini berisi tentang profil TC (Tawakal Corporation) *Book Corner*.

c. Cara Belanja

Halaman ini berisi tentang informasi bagaimana cara untuk membeli buku pada TC (*Tawakal Corporation*) *Book Corner*.

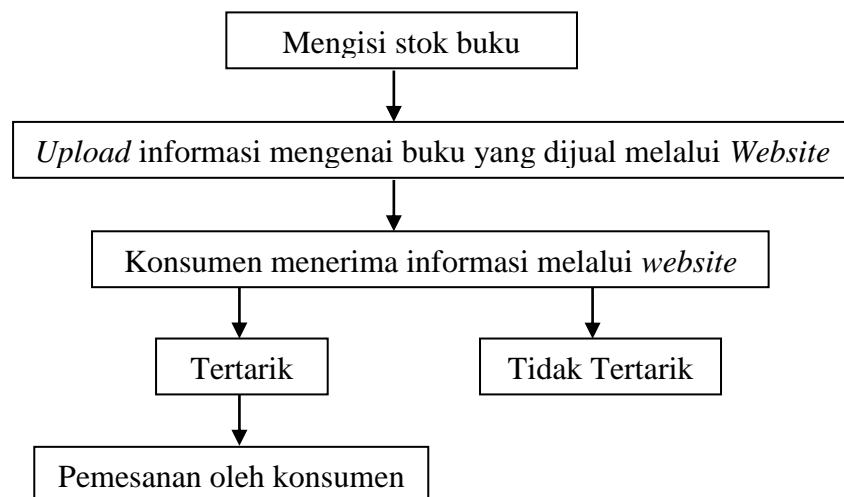
d. Cara Pembayaran

Halaman ini berisi tentang informasi bagaimana cara untuk pembayaran pada TC (*Tawakal Corporation*) *Book Corner*.

e. Hubungi Kami

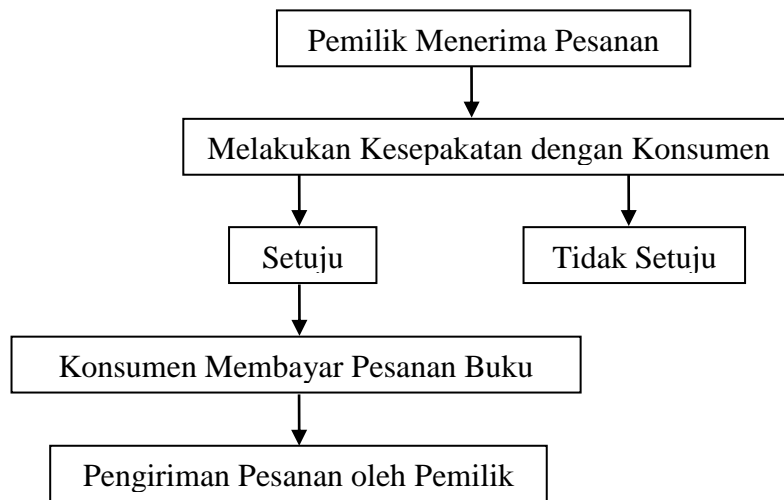
Halaman ini berisi tentang informasi kontak pemilik yang dapat dihubungi

1.6.2 Alur Sistem Informasi



Gambar 1.1
Alur Sistem Informasi Produk

Sistem informasi produk dalam hal ini diawali dengan mengisi stok buku yang akan dijual. Stok buku yang sudah tersedia kemudian selanjutnya didokumentasikan, hasil dokumentasi merupakan informasi yang nantinya disampaikan dalam *website* sebagai media pemasaran. Informasi mengenai buku yang dijual sampai ke konsumen melalui media pemasaran *website* yang menampilkan gambar, harga, serta informasi lainnya. Selanjutnya apabila konsumen tertarik maka akan melakukan pemesanan.



Gambar 1.2
Alur Penjualan Produk

Sistem informasi penjualan produk dalam hal ini kelanjutan setelah konsumen melakukan pemesanan produk yang kemudian melakukan kesepakatan dengan konsumen, selanjutnya apabila kesepakatan tercapai maka pemilik akan menerima uang dari konsumen sebagai kesepakatan tersebut dan selanjutnya pengiriman barang oleh pemilik sebagai hasil akhir dari transaksi.