

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, seiring dengan kebutuhan manusia yang juga terus bertambah. Teknologi memegang peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia saat ini, karena hampir semua aktivitas yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari menggunakan teknologi, sebagai masyarakat yang hidup di zaman globalisasi, tentunya kita juga harus bisa memanfaatkan teknologi secara maksimal, dalam berbagai bidang kehidupan. Salah satunya di bidang pemasaran secara *online* atau *e-commerce*.

Menurut Malau (2016:298) Perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer data elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Jadi dari penjelasan di atas, pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet, dimana *website* digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

Dalam perkembangannya, pemasaran secara *online* cukup diminati oleh masyarakat di Indonesia, agar bisa bersaing di era globalisasi saat ini. Selain itu pemasaran secara *online* juga memberikan keuntungan berupa peningkatan pendapatan, karena biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran relatif rendah. Sistem informasi pemasaran secara *online* ini dianggap cukup efektif dalam era globalisasi saat ini. Namun, sebagian besar masyarakat Indonesia kurang menyadari tentang adanya pemasaran secara *online* ini, terutama untuk usaha mikro kecil dan menengah (umkm), sebagian besar dari mereka masih menggunakan sistem pemasaran secara manual dan tradisional.

Menurut Tambunan (2012:2) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selalu menarik untuk dikaji, bukan hanya dari aspek ketahanan, aspek pembiayaan, perolehan pinjaman atau dari aspek menajerial usaha. Saat ini UMKM dituntut untuk mampu bersaing dengan cara memperluas jangkauan pemasaran produk-produk yang dihasilkannya, tidak hanya untuk konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di kawasan luar negeri, khususnya Asia.

Dari data BPS dan Kementerian Koperasi dalam Wahyudin (2013:27), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil di Indonesia menempati porsi sekitar 99%, artinya hampir seluruh usaha di Indonesia merupakan usaha kecil, hanya 1% saja usaha menengah dan besar. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM pun cukup bagus dari tahun ke tahun termasuk di kota Palembang. Palembang merupakan kota yang mempunyai UMKM yang cukup banyak, UMKM yang sangat dominan di kota Palembang adalah UMKM Pempek. Salah satu UMKM Pempek yang cukup terkenal adalah Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembang. Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembang, merupakan toko pempek yang berdiri sejak tahun 2004 hingga sekarang, dan toko pempek taman kenten 888 Palembang, sudah mulai melakukan penjualan secara *online* dengan menjual produknya di berbagai *Market Place* seperti tokopedia dan shopee. Namun, belum membangun toko *online* sendiri, sehingga pendapatan yang dihasilkan tidak cukup stabil. Berikut ini tabel perkiraan rata-rata biaya operasional, pendapatan penjualan dan keuntungan toko pempek taman kenten 888 per tahunnya.

Tabel 1.1
Perkiraan Rata-rata Biaya Operasional, Jumlah Pendapatan Penjualan dan Keuntungan Toko Pempek Taman Kenten 888 tahun 2013-2017

Tahun	Biaya Operasional	Jumlah Pendapatan Penjualan	Keuntungan
2013	Rp 1.912.638.172	Rp 2.547.525.879	Rp 635.000.000

Lanjutan Tabel 1.1

2014	Rp 1.362.580.000	Rp 1.814.879.500	Rp 452.379.500
2015	Rp 896.173.333	Rp 1.568.303.333	Rp 672.130.000
2016	Rp 1.120.000.000	Rp 1.960.000.000	Rp 840.000.000
2017	Rp 960.000.000	Rp 1.680.000.000	Rp 720.000.000

Sumber: Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembang, 2018

Dari data tersebut, menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh toko pempek taman kenten 888 Palembang tidak stabil, hal tersebut dikarenakan sistem pemasaran yang dilakukannya selama ini tidak cukup optimal, karena belum tersedia nya toko *online* dari toko pempek taman kenten 888 Palembang, selama ini mereka hanya membangun kios *online* di berbagai *market place*, namun tidak memiliki toko *online* sendiri.

Membuat toko *online* sendiri, bukanlah hal yang cukup sulit namun memiliki banyak keuntungan, baik untuk penjual maupun pembeli. Dengan mempunyai toko *online* sendiri, sebuah toko akan terlihat lebih profesional dan lebih terpercaya, selain itu kita juga bisa menentukan nama domain untuk toko *online* yang kita miliki, sehingga pembeli bisa langsung mengunjungi toko tanpa harus masuk ke *market place* terlebih dahulu. Keuntungan lainnya, adalah pemilik toko memiliki kontrol sepenuhnya terhadap toko mereka tanpa campur tangan orang lain, serta keamanan dan kenyamanan akan lebih terjamin.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik dalam pembuatan laporan akhir dengan mengambil judul “Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Melalui *Website* Pada Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang penulis uraikan di atas, masalah yang akan dibahas adalah “Bagaimana Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Melalui *Website* Pada Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembang?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan penjelasan di atas penulis membatasi ruang lingkup masalah yang akan di bahas agar lebih teratur dan tidak mengalami hambatan penyelesaiannya. Adapun ruang lingkup pembahasan pada laporan ini yaitu pada rancangan *website* terdiri dari beranda, profil, catalog produk, pemesanan, *contact us*, pantauan jumlah pengunjung. Penanganan data, hasil laporan dan bahasa pemrograman yang digunakan adalah *cPanel*, *Opencart* dan *Awstats*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk memberikan masukan kepada pemilik toko pempek taman kenten 888 Palembang, agar memiliki toko *online* sendiri melalui *website*, sehingga jangkauan pemasaran akan lebih luas dan diharapkan keuntungan yang di dapat bisa lebih optimal.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini yaitu:

a. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk yang di hasilkan melalui *website* yang akan dirancang.

b. Bagi Konsumen

Konsumen dapat lebih mudah membeli produk pempek melalui *website* dan melakukan pencarian secara spesifik terhadap produk yang di inginkan, melalui mesin pencarian. Konsumen juga bisa menghemat waktu dan biaya yang akan di keluarkan untuk mendapatkan produk.

c. Bagi Akademis

Penulisan ini dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber bacaan bagi rekan-rekan Mahasiswa atau pihak-pihak

lainnya yang ingin memperdalam lebih lanjut mata kuliah Sistem Informasi Manajemen mengenai perancangan toko *online* melalui *website*.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembang, yang berada di Jalan Taman Kenten No. 19, Duku, Ilir Timur II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30163, mengenai perancangan sistem informasi pemasaran melalui *website*.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2009:103) berdasarkan cara memperoleh data ada dua, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Adapun data primer yang penulis gunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah:

- 1) Data daftar harga dan jenis makanan yang dijual oleh toko pempek taman kenten 888 Palembang.
- 2) Data hasil penjualan pempek selama 5 tahun terakhir
- 3) Sejarah, struktur organisasi, dan daftar jumlah karyawan serta pembagian kerja

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Silaen dan Widiyono (2013:146). Teknik pengumpulan data atau instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ilmu-ilmu social dapat berbentuk kuesioner, lembaran tes, wawancara, pengamatan, pengukuran, pengutipan dokumen dan kepustakaan. Namun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam pelaksanaan penelitian Laporan Akhir yaitu sebagai berikut:

1. Riset Kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Pada teknik pengumpulan data ini penulis mengumpulkan data dan informasi dengan membaca buku-buku mengenai manajemen pemasaran modern khususnya *e-commerce*.

2. Riset Lapangan

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dengan mendatangi tempat yang menjadi objek pembahasan untuk memperoleh data-data yang penulis butuhkan. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi (Pengamatan)

Pengamatan adalah kegiatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu objek penelitian dengan menggunakan seluruh indra. Dalam kegiatan ini, dilakukan pencatatan yang sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak atau yang dirasakan indra mengenai gejala-gejala yang muncul pada objek penelitian.

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan langsung tentang sistem informasi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Pempek Taman Kenten 888 Palembangkota Palembang, untuk mencatat informasi yang diperlukan sehingga dapat mengolah data dari hasil pengamatan.

b. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam komunikasi langsung yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang diajukan oleh pengumpul data (interviewer) sebagai pencari informasi yang dijawab secara lisan oleh informan (interviewee) sebagai pemberi informasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis wawancara terstruktur. Hal ini dikarenakan pokok-pokok pertanyaan sudah dibuat kerangka dan garis besarnya, sehingga pertanyaan lebih terstruktur dan terarah. Penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara langsung dengan beberapa pegawai di toko songket dua Saudara. Hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi secara terperinci.

1.5.4 Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah Analisis Data Kualitatif.

Menurut Yusi dan Idris (2016:108), data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Dalam menulis laporan ini, penulis menggunakan analisis data kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Untuk merancang toko *online* melalui *website*, penulis menggunakan opencart. OpenCart merupakan aplikasi berbasis web yang digunakan untuk berjualan secara online (*e-commerce*), dengan menggunakan opencart artinya kita mempunyai toko *online* yang dapat kita gunakan fungsi *e-commerce*. Selain itu penulis juga menggunakan beberapa plugin seperti *awstats*. Dengan menggunakan *awstats* maka

pemilik *website* dapat memantau berapa pengunjung yang mengunjungi toko *online*, serta bisa mengetahui sejauh mana daerah yang telah di jangkau oleh *website* kita.