

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang menggunakan media elektronik akhir-akhir ini semakin berkembang dan marak di Indonesia. Apabila diperhatikan maka perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat bila dibandingkan dengan bidang-bidang lain.

Perkembangan teknologi informasi tersebut juga menimbulkan perubahan paradigma dalam banyak bidang termasuk di dalamnya bidang ekonomi dan bisnis. Hal ini sangat dimungkinkan karena teknologi informasi sudah sampai pada tahapan multi dimensi dan multi fungsi.

Teknologi Informasi banyak dimanfaatkan sebagian besar manusia yang melihat peluang bisnis dari perkembangan teknologi tersebut, seperti bisnis *online*. Di Indonesia bisnis *online* sudah bukan hal yang aneh. Hal ini sudah menjadi hal yang biasa dan berkembang cukup baik.

Berbisnis dengan menerapkan teknologi informasi membuat peluang pasar terbuka lebih luas. Berbisnis lewat internet akan mempermudah mempromosikan produk, mencari konsumen atau pelanggan. Terdapat faktor yang mempengaruhi perkembangan bisnis yaitu: kompleksitas bisnis yang semakin meningkat yang dipengaruhi oleh pengaruh ekonomi internasional, kompetisi bisnis global, perkembangan dan pertumbuhan Teknologi Informasi, pendayagunaan waktu, pertimbangan sosial dan kapasitas teknologi informasi yang dipengaruhi oleh kapasitas pelayanan kebutuhan informasi, kapasitas interaksi dalam jaringan komputer, dan kapasitas kecepatan akses data (Setyaningsih:2015).

Teknologi Informasi berperan sebagai sarana transaksi dua elemen bisnis *online*, yaitu dalam memberikan fasilitas media berupa internet. Kemudahan-kemudahan dan fasilitas yang disediakan akibat peranan dan pengaruh teknologi informasi ini membuat bisnis *online* lebih disukai karena lebih efisien, hemat dan lebih cepat yang dirasakan baik oleh produsen dan konsumen.

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.

Beberapa strategi pemasaran *online* banyak dilakukan oleh usaha yang digeluti di dunia tenun Songket. Hj. Asmi Astari Songket Palembang merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang penjualan Songket dan Cenderamata Tradisional Palembang yang beralamat di Jalan Talang Kerangga Wirosantiko No. 273, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 1998 dengan jumlah karyawan sebanyak 10 orang dan pemasaran yang dilakukan adalah melalui media sosial *WhatsApp* dan pemasaran secara sederhana dari mulut ke mulut.

Media pemasaran yang telah dilakukan oleh Hj. Asmi Astari Songket kurang efisien, melihat media pemasarannya hanya menggunakan media sosial *WhatsApp* dan secara langsung dari mulut ke mulut. Untuk media sosial *WhatsApp* itu sendiri kekurangannya adalah untuk informasi yang diberikan terbatas yaitu hanya memuat satu informasi per satu foto yang di *upload*. Sedangkan untuk komunikasi secara langsung dari mulut ke mulut tentu membutuhkan waktu yang cukup banyak dan biaya lebih bagi konsumen jika harus datang langsung ke toko pemilik untuk melihat produk-produk yang ditawarkan.

Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis bermaksud membuat rancangan sistem informasi dalam jaringan melalui media *Website* pada usaha Hj. Asmi Astari Songket. *Website* memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan media sosial *WhatsApp* yang digunakan sebelumnya. *Website* mampu menyediakan banyak data dan informasi dalam satu file, memiliki banyak fitur yang dapat memikat calon konsumen dan dapat diubah sewaktu-waktu dengan

cepat. Dengan adanya sistem informasi pemasaran ini diharapkan produk yang dihasilkan pada usaha Hj. Asmi Astari Songket Palembang dapat dipasarkan secara luas dan meningkatkan penjualan produk serta memudahkan para konsumen mengetahui produk yang dipasarkan. Rancangan sistem informasi pemasaran ini disajikan penulis dalam bentuk laporan akhir dengan judul **“Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Website* pada Hj. Asmi Astari Songket Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah “Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Website* pada Hj. Asmi Astari Songket Palembang”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada laporan akhir ini tentang rancangan *website* yang terdiri dari beranda, profil, struktur, produk, cara pemesanan dan *contact us*; dengan bahasa pemrograman yang digunakan adalah HTML serta melalui pengelolaan fasilitas yang disediakan editor blog dan menggunakan aplikasi *photoshop* sebagai pelengkap.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui perancangan sistem informasi pemasaran berbasis *website* pada Hj. Asmi Astari Songket Palembang.

1.4.2 Manfaat

1.4.2.1 Manfaat bagi Penulis

Adapun manfaat yang diperoleh penulis dalam merancang media pemasaran berbasis *website* ini adalah penulis dapat menambah wawasan pengetahuan di bidang Sistem Informasi Manajemen, baik teori maupun praktek serta dapat mengetahui

bagaimana merancang suatu sistem pemasaran *online* berbasis *website*.

1.4.2.2 Manfaat bagi Perusahaan

Dengan merancang media pemasaran berbasis *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 Hj. Asmi Astari Songket Palembang beralamat di Jalan Talang Kerangga Wirosantiko No. 273, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

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

- a. Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya (Yusi, Idris:2016:109). Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari pemilik usaha Hj. Asmi Astari Songket Palembang, yang terdiri dari:
 1. Data daftar harga dan jenis produk yang dipasarkan oleh Hj. Asmi Astari Songket.
 2. Data laporan penjualan selama 3 tahun terakhir.
 3. Sejarah, struktur organisasi, dan daftar jumlah karyawan.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. 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 Hj. Asmi Astari Songket Palembang di internet.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

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

1. Riset Lapangan. Menurut Nazir (2014:154) Penelitian lapangan dimaksudkan untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara melihat langsung objek atau aktivitas yang sebenarnya. Penulis akan melakukan riset lapangan dengan melaksanakan observasi (mendatangi toko secara langsung) dan wawancara langsung dengan pemilik usaha Hj. Asmi Astari Songket Palembang.

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

1. Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung di Hj. Asmi Astari Songket untuk memperoleh data yang akurat.
2. Wawancara yaitu melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan beberapa karyawan yang bekerja pada Hj. Asmi Astari Songket untuk data-data pendukung lainnya.
2. 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* melalui internet.

1.5.4 Metodologi Perancangan Sistem Informasi

1.5.4.1 Komponen-komponen Sistem Informasi

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

1. Beranda
Merupakan halaman utama yang memuat gambaran secara garis besar mengenai produk-produk yang terdapat pada Hj. Asmi Astari Songket.

Laman ini juga dapat difungsikan sebagai halaman yang menyajikan informasi-informasi ringan yang dapat diperbaharui setiap saat.

2. Profil

Halaman ini menampilkan tentang profil pemilik dan sejarah dari usaha tenun songket yang dijalankan.

3. Struktur

Halaman ini memuat informasi tentang struktur organisasi yang ada pada Hj. Asmi Astari Songket Palembang.

4. Produk

Halaman ini memuat tentang produk-produk apa saja yang tersedia di Hj. Asmi Astari Songket. Penyajian produk disertai dengan harga dari masing-masing produk.

5. Cara Pemesanan

Memuat informasi tentang ketentuan pemesanan produk.

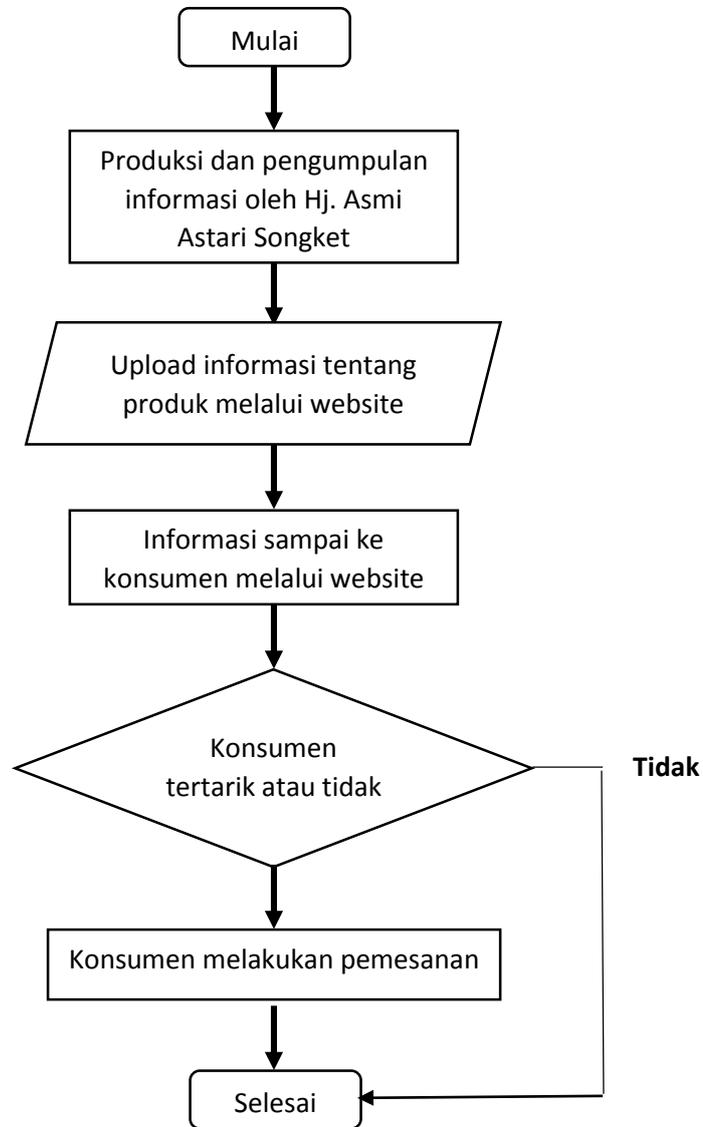
6. Contact us

Halaman ini berisi tentang alamat lengkap pemilik meliputi Nomor Telepon, Email, dan media sosial lainnya yang digunakan.

1.5.4.2 Rancangan Alur Sistem Informasi

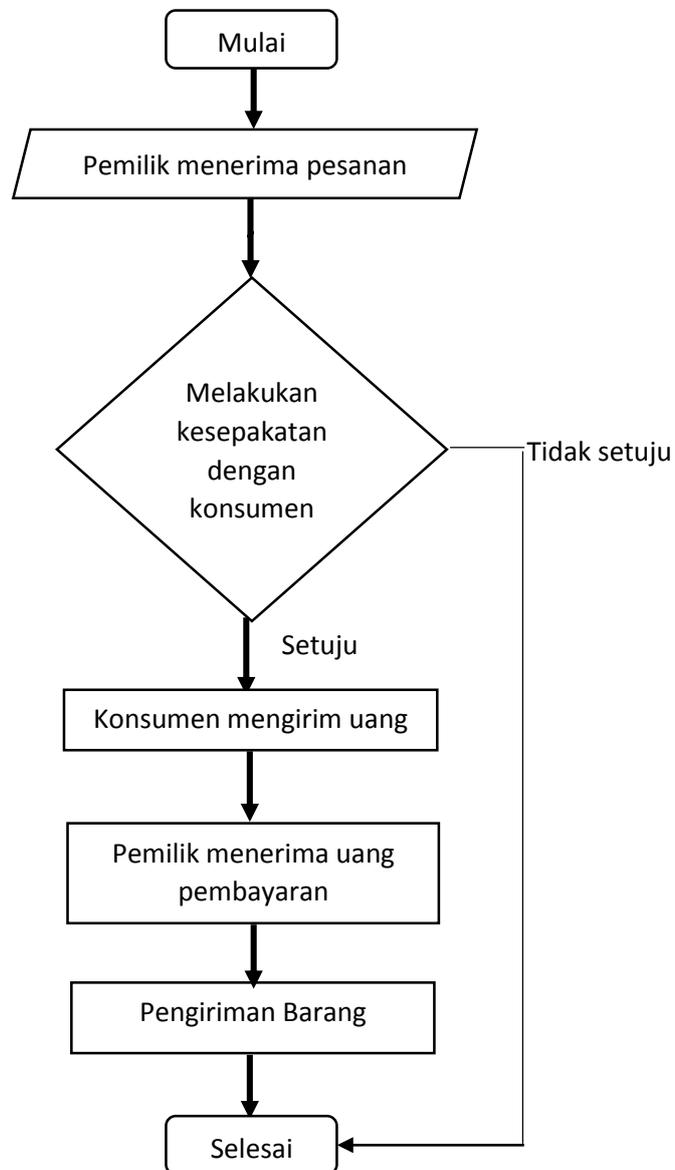
Sistem informasi dalam hal ini berupa produksi barang oleh Hj. Asmi Astari Songket. Produk-produk yang dihasilkan selanjutnya di dokumentasikan, hasil dokumentasi merupakan informasi yang nantinya disampaikan dalam *website* sebagai media pemasaran. Informasi mengenai produk sampai ke konsumen melalui 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. Bagan Alur Sistem Informasi Produk

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

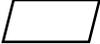


Gambar 2. Bagan Alur Penjualan Produk

Keterangan:

 : Simbol terminal, yaitu menyatakan permulaan atau akhir suatu program

 : Simbol process, menyatakan suatu tindakan (proses) yang dilakukan oleh komputer

 : Simbol input/output, menyatakan proses input atau output tanpa tergantung jenis peralatannya.

 : Simbol decision, menunjukkan suatu kondisi tertentu yang akan menghasilkan dua kemungkinan jawaban : ya / tidak

Melalui *website*, Hj. Asmi Astari Songket 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.