

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia usaha saat ini sudah menjadikan informasi sebagai pilar penting dalam berjalannya kegiatan operasional suatu perusahaan demi tercapainya tujuan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut. Pengetahuan tentang informasi suatu produk adalah hal yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha, yakni dalam pengambilan keputusan oleh konsumen untuk pembelian produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan secara lengkap, relevan, dan akurat (Wiharjanto, 2012:2).

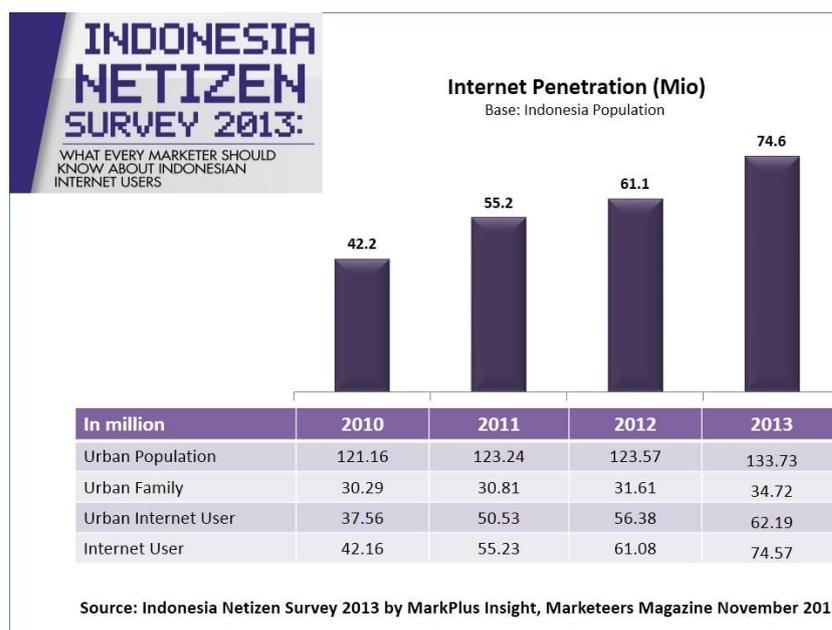
Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah membawa manusia kepada perubahan yang semakin hari semakin baik. Adanya kemajuan di bidang ini memberikan banyak kemudahan dan manfaat bagi penggunanya, apalagi dengan hadirnya komputer yang dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat. Komputer adalah salah satu sarana yang penting bagi suatu perusahaan di mana perusahaan tidak hanya dapat mengolah namun juga mengakses data dengan lebih cepat dan tepat sehingga dapat memanfaatkan sisa waktu yang ada dengan kegiatan-kegiatan bermanfaat lainnya. Pada kenyataannya perangkat yang satu ini tidak mungkin lepas dari kehidupan manusia karena komputer dapat membantu manusia dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan, misalnya dalam perhitungan matematis, pengolahan data keuangan, data statistik dan lainnya.

Kecanggihan-kecanggihan yang dimiliki komputer membuat banyak pemimpin suatu perusahaan menginginkan perusahaannya memiliki komputer yang lengkap, serta semua program aplikasi yang bisa digunakan sesuai dengan bidang usaha dari perusahaan tersebut. Program aplikasi yang terdapat pada komputer dapat digunakan oleh perusahaan tersebut untuk mempermudah dan mempercepat kinerja karyawan dalam segala kegiatan sehari-hari perusahaan, mulai dari proses administrasi hingga proses transaksi keuangan perusahaan.

Teknologi *internet* adalah salah satu media informasi yang efektif dan efisien dalam penyampaian informasi yang dapat pula diakses oleh setiap orang, di mana saja dan kapan saja. Media *internet* sangat berpengaruh dalam dunia bisnis dan perdagangan. Selain itu teknologi *internet* sudah tidak asing lagi bagi beberapa pengusaha dan pelaku bisnis. Saat ini sudah banyak pengusaha yang memanfaatkan media *internet* sebagai sarana penginformasian produk yang dijual serta perbaikan pelayanan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan mereka (Wiharjanto, 2012:2).

Teknologi *internet* merupakan salah satu hasil dari kemajuan di bidang teknologi dengan menggunakan komputer sebagai salah satu sarana dalam penggunaannya. Siapa pun pelaku bisnis sudah tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh banyak informasi tentang apa pun untuk menunjang segala aktivitas bisnisnya, terutama pada transaksi bisnis. Saat ini segala informasi bisa didapatkan dari berbagai sumber atau situs yang bisa diakses lewat *internet*, sehingga untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan, pebisnis harus menyaring berbagai informasi yang didapat.

Pertumbuhan pengguna *internet* di Indonesia semakin tidak terbendung. Jumlah pengguna *internet* tumbuh signifikan hingga 22% dari 62 juta di tahun 2012 menjadi 74,57 juta di tahun 2013. Menurut lembaga riset MarkPlus Insight, angka jumlah pengguna *internet* di Indonesia akan menembus 100 juta jiwa di tahun 2015 nanti. Mereka yang merupakan “netizen” atau pengguna *internet* yang sehari-harinya menghabiskan waktu lebih dari tiga jam dalam dunia maya meningkat dari 24,2 juta di tahun 2012 menjadi 31,7 juta orang di tahun 2013 (Marketeers, 2013:1)



Responden dalam survei ini adalah mereka yang berusia 15–64 tahun yang secara rutin mengakses *internet* sedikitnya 3 jam sehari, baik melalui *smartphone*, *personal computer*, *laptop*, *netbook* atau *tablet PC*. Responden adalah mereka yang berasal dari kalangan menengah ke atas (pengeluaran pokok keluarga rutin diluar cicilan, rekreasi dan pembelian kebutuhan tersier per bulan di atas jumlah Rp. 1.000.000,-). Survei ini dilakukan secara komprehensif melalui *face-to-face interview* terhadap Netizen Indonesia untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya seputar *anxieties* dan *desires* mereka, dan informasi mengenai *values*, *spending behavior*, dan kebiasaan mereka di dunia maya serta perbandingan antara kebiasaan di dunia nyata dan di dunia *internet* (Marketeers, 2013:1).

Penggunaan *internet* pada dunia bisnis sudah mulai berubah fungsi dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi dalam bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Berbagai rintangan dapat ditembus melalui pemasaran lewat *internet*, mulai dari batas negara dan aturan-aturan yang baku. Sedangkan dengan melalui pemasaran konvensional, barang bergerak dari partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak keterlibatannya dengan beberapa pihak tersebut dibandingkan dengan pemasaran lewat *internet* (Ananda, 2013:3)

Pemasaran melalui *internet*, menurut Ananda (2013:3) sama dengan *direct marketing* karena konsumen dapat berhubungan langsung dengan penjual, meski penjual atau konsumennya berada di luar negeri. Salah satu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan *internet* sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*) adalah *E-commerce*.

E-commerce dapat membuat hubungan antara perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih tepat, intensif dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (*door to door*, *one-to-one relationship*). Dalam hal ini, *e-commerce* tidak hanya digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, akan tetapi saat ini *e-commerce* juga sudah digunakan oleh pelaku usaha kecil menengah (Ananda, 2013:3).

Aplikasi yang disediakan untuk merancang *website* di era globalisasi ini sudah semakin moderen, perancangan tersebut dalam rangka membantu proses pemasaran produk atau jasa perusahaan secara *online*. PHP dan MySQL adalah beberapa aplikasi yang dapat digunakan untuk merancang sebuah *website* pemasaran. PHP adalah salah satu contoh dari *Server Side Scripting* yang paling populer saat ini, karena bersifat *open source* sehingga banyak diminati para *web developer*. PHP juga bersifat HTML (*Hypertext Markup Language*) *embedded* yaitu suatu skrip yang bisa disisipkan atau diintegrasikan dengan skrip HTML, sehingga sangat

memungkinkan kita untuk membuat suatu situs *web* yang dinamis dan menarik guna menyuguhkan halaman *web* layanan yang interaktif kepada *user* (Sukoco, 2012:7).

MySQL merupakan *Relational Database Management System* (RDMS) yang didistribusikan secara gratis di bawah lisensi *General Public License* (GPL). Di mana setiap orang bebas untuk menggunakan, namun tidak boleh dijadikan produk turunan bersifat *closed source* atau komersil (Nurjannah, 2009:36).

Anugrah Jaya Rotan Palembang merupakan salah satu usaha kecil menengah yang menghasilkan berbagai furnitur rotan yang didirikan lebih dari 20 tahun yang lalu, akan tetapi untuk cabangnya didirikan tahun 2008 yang dikelola oleh anak kandung dari pemilik awalnya. Meski sudah lama didirikan, Anugrah Jaya Rotan Palembang masih belum banyak dikenal masyarakat luas. Hal ini dikarenakan kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan.

Anugrah Jaya Rotan Palembang hanya melakukan pemasaran produk mereka dengan menggunakan brosur yang dibagikan kepada orang-orang terdekat, mulai dari keluarga, saudara, rekan kerja, maupun relasi yang didapat dari kenalan mereka sebelumnya. Pada umumnya konsumen yang melakukan pemesanan furnitur di Anugrah Jaya Rotan Palembang adalah orang-orang tersebut. Ada juga beberapa perusahaan kredit yang bekerja sama untuk memasok furnitur dari Anugrah Jaya Rotan Palembang seperti Kredit Plus dan Columbus. Akan tetapi tidak dengan jumlah permintaan yang tinggi. Oleh karena itu, dengan adanya sistem pemasaran menggunakan *website* akan cukup membantu untuk pemasaran produk mereka.

Website memiliki beberapa kelebihan dalam penggunaannya, antara lain adalah jangkauan pasar yang sangat luas karena pengguna *internet* yang begitu banyak dan semakin hari semakin meningkat, tentu saja peluang bisnis di *internet* semakin besar. Hanya dengan beberapa klik *mouse*, pengunjung bisa melihat informasi tentang bisnis, produk, dan jasa yang dipasarkan di mana saja dan kapan saja.

Informasi yang *up to date* melalui *website* dapat digunakan perusahaan untuk memberikan informasi terbaru dengan sangat cepat, sebagai media publikasi dan periklanan. Keuntungan lain berbisnis di *internet* adalah ketika suatu perusahaan atau bisnis baik dan mendapat kepercayaan, maka perusahaan tersebut akan mendapat pengakuan dari konsumen yang berupa jaringan. Semakin bagus dan diakui bisnis tersebut, semakin banyak jaringan yang akan didapatkan, proteksi terhadap merek juga bisa dilakukan karena di *internet* tidak mungkin terdapat dua nama perusahaan yang sama. Nama yang dimiliki oleh perusahaan bisa digunakan sebagai merek perusahaan atau bisnis, karena tidak mungkin ada pesaing yang menggunakan nama perusahaan yang sama (www.naufala.com).

Website pemasaran *online* bisa membantu produk yang dihasilkan Anugrah Jaya Rotan Palembang untuk dapat mencapai seluruh segmen pasar, baik secara lokal maupun nasional.

Berdasarkan keadaan di atas, maka penulis bermaksud membuat suatu sistem pemasaran *online* berbasis *website* pada Anugrah Jaya Rotan Palembang yang diberi judul **“Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online Berbasis Website pada Anugrah Jaya Rotan Palembang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis merumuskan masalah dalam laporan akhir ini adalah “Bagaimana merancang sistem informasi pemasaran *online* berbasis *website* pada Anugrah Jaya Rotan Palembang?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan *website* pemasaran *online* pada Anugrah Jaya Rotan Palembang terdiri dari *Home*, *Profil*, *Product*, *Order*, *Contact Us*, dan *Visitors*.
2. Perancangan perangkat lunak hanya menangani data harga, data tamu, dan data pemesanan.

3. Laporan yang dihasilkan hanya laporan daftar pengunjung dan pemesanan produk.
4. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam pembuatan sistem informasi ini adalah *MySQL* dan *PHP*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk merancang sistem informasi pemasaran *online* berbasis *website* pada Anugrah Jaya Rotan Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1.4.2.1 Manfaat Praktis

Sistem pemasaran produk secara *online* ini diharapkan dapat membantu pemilik dalam memperluas pemasaran produk yang dijual sehingga meningkatkan volume penjual produk.

1.4.2.2 Manfaat Teoritis

1. Dapat menambah wawasan pengetahuan penulis, baik teori maupun praktik.
2. Dapat mengetahui bagaimana cara merancang suatu sistem pemasaran *online* berbasis *website*.
3. Hasil penelitian dapat dijadikan acuan serta bahan pembandingan dengan penelitian lainnya.
4. Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah ada.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis mengambil studi kasus di Anugrah Jaya Rotan Palembang yang beralamat di Jalan Mangkubumi No. 15 RT. 26 RW. 41 Kelurahan 3 Ilir Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

1. Data Primer

Dalam laporan akhir ini data primer penulis dapatkan langsung dari pemilik Anugrah Jaya Rotan Palembang yaitu Bapak Sakti Haryono mengenai sejarah perusahaan, produk yang dihasilkan, jumlah karyawan, dan data-data lain yang berhubungan dengan keperluan dalam penyelesaian laporan ini.

2. Data Sekunder

Dalam laporan akhir ini data sekunder penulis dapatkan dari berbagai macam referensi dari jurnal-jurnal, buku, artikel, dan hasil dari penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan dan ada kaitannya dengan penelitian ini.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

1. Riset Lapangan

Penulis mendatangi secara langsung rumah sekaligus toko Bapak Sakti Haryono dan menanyakan masalah apa saja yang dihadapi, kebutuhan apa saja yang diinginkan serta menanyakan sejarah usaha, profil pemilik, produk-produk yang dijual, harga produk, jumlah pegawai dan data-data lain yang diperlukan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam riset lapangan ini adalah:

1. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung di Anugrah jaya Rotan Palembang untuk memperoleh keakuratan data yang dibutuhkan, yaitu produk yang dihasilkan dan data lain yang dibutuhkan.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Sakti Haryono sebagai pemilik Anugrah Jaya Rotan Palembang tentang data-data yang diperlukan.

2. Studi Pustaka

Penulis mencari bahan yang dibutuhkan dengan membaca buku dan referensi-referensi lain serta *browsing* dan *searching* lewat *internet* yang berhubungan dengan *MySQL*, *PHP*, serta perancangan *website* yang berhubungan dengan penulisan ini.

1.6 Metodologi Perancangan Sistem Informasi

1.6.1 Komponen-Komponen Sistem Informasi

1. *Home*

Merupakan halaman *website* yang berisi gambar-gambar yang menarik untuk memperkenalkan Anugrah Jaya Rotan Palembang dan produk-produk yang dihasilkannya pada masyarakat.

2. *Profil*

Merupakan halaman *website* yang berisi tentang sejarah Anugrah Jaya Rotan Palembang dan profil pemiliknya.

3. *Products*

Merupakan halaman *website* yang berisi sejumlah informasi tentang produk-produk yang dijual Anugrah Jaya Rotan Palembang beserta gambar dan harganya.

4. *Order*

Merupakan halaman *website* yang berisi tentang bagaimana cara pemesanan produk pada Anugrah Jaya Rotan Palembang.

5. *Contact Us*

Merupakan halaman *website* yang berisi kontak Anugrah Jaya Rotan Palembang seperti alamat toko, nomor telepon, *facebook*, *twitter*, dan email yang dapat digunakan oleh konsumen untuk bertanya

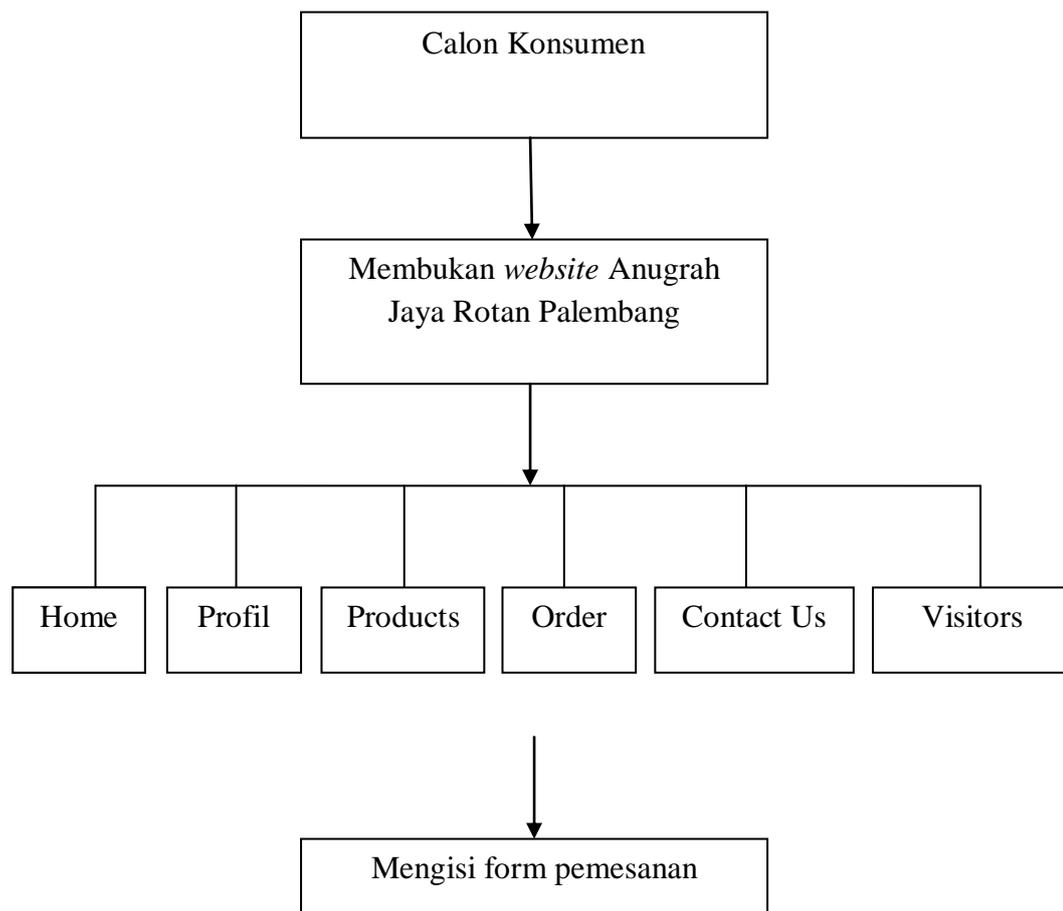
mengenai informasi baik tentang produk yang disediakan oleh Anugrah Jaya Rotan Palembang atau pun hal-hal lainnya.

6. Visitors

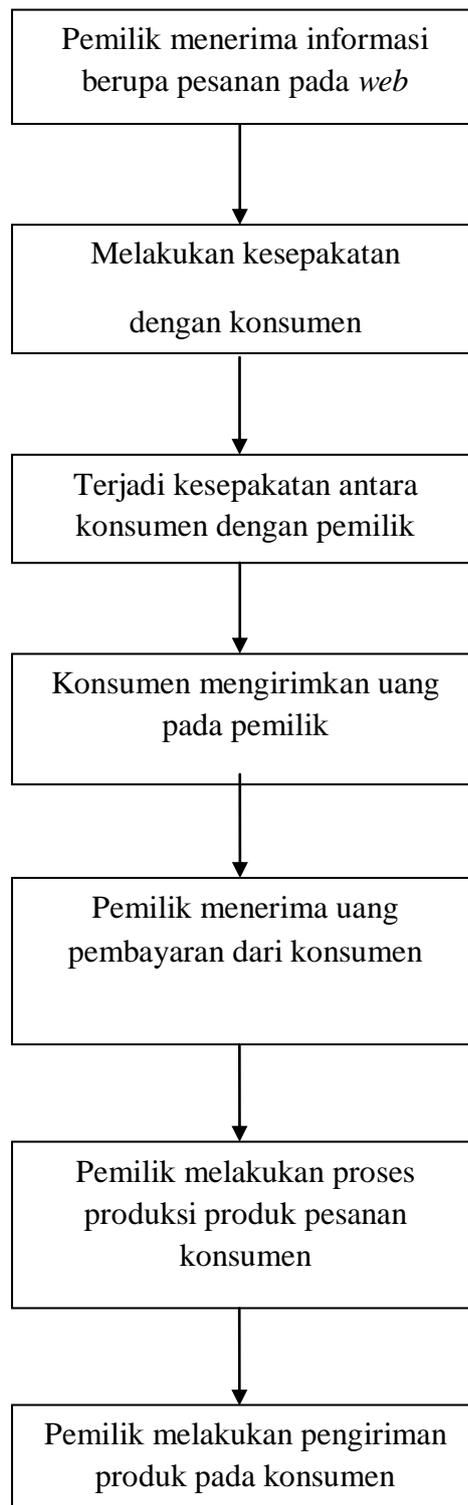
Merupakan halaman *website* yang berisi buku tamu yang dapat diisi oleh pengunjung Anugrah Jaya Rotan Palembang.

1.6.2 Rancangan Alur Sistem Informasi

Rancangan alur sistem informasi pemesanan dan penjualan produk melalui *website* Anugrah Jaya Rotan Palembang adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1
Alur Pemesanan Produk



Gambar 1.2
Alur Penjualan Produk

