

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan juga internet di era globalisasi ini sangat tinggi dan semakin luas. Dengan adanya teknologi yang terhubung secara *online* tanpa ada batas waktu dan tempat, sehingga keduanya banyak diterapkan dalam bisnis di perusahaan dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah untuk pemasaran, dengan menggunakan teknologi yang ada, aktivitas pemasaran pada perusahaan menjadi lebih mudah dan lebih luas jangkauannya. Tidak hanya untuk perusahaan saja yang mendapatkan manfaatnya tetapi para konsumen juga lebih mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan lebih mudah untuk memesan dan membelinya.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat. *E-Commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang-barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain. (C. Laudon dan P. Laudon, 2005).

Menurut WY. Stanton Pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Selain itu pemasaran merupakan fungsi bisnis yang bertugas untuk mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan, menentukan pasar sasaran mana yang dapat dilayani dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan, serta merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

Electronic Marketing adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media Internet atau jaringan www. Kata e dalam e-pemasaran ini berarti elektronik (electronic) yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat Internet atau jaringan *cyber*. Dengan munculnya teknologi Internet dalam beberapa tahun ini, banyak istilah baru yang menggunakan awalan e-xxx, seperti halnya: e-surat, *e-business*, e-gov, *e-society*, dll. (http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet)

Sistem informasi pemasaran adalah sistem yang berbasis komputer untuk mengolah data penjualan serta data lainnya yang berkaitan dengan pemasaran, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Sistem informasi pemasaran berfungsi untuk mendukung manajemen perusahaan dalam

memecahkan masalah dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemasaran produk-produk perusahaan.

Pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan terutama juga untuk usaha kecil dan menengah (UKM), karena dari pemasaran suatu jasa atau produk dapat dikenal oleh masyarakat luas / konsumen sehingga penjualan dan produktivitas dapat meningkat. Dari penggunaan teknologi yang ada sekarang maka selain memiliki kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi pasar, UKM juga perlu memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan usahanya kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun di luar negeri. Selama ini promosi UKM lebih banyak dilakukan melalui pameran-pameran bersama dalam waktu dan tempat yang terbatas, sehingga hubungan maupun transaksi dengan konsumen kurang bisa dijamin keberlangsungannya. Hal itu dapat disebabkan oleh jarak yang jauh atau kendala intensitas komunikasi yang kurang. Padahal faktor komunikasi dalam menjalankan bisnis adalah sangat penting, karena dengan komunikasi akan membuat ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan yang sudah ada, juga memungkinkan datangnya pelanggan baru. Pemanfaatan internet memungkinkan UKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor sangat mungkin.

Di kota Solo banyak sekali usaha kecil dan menengah (UKM) dan salah satunya adalah konveksi *Java Casual* yaitu merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa untuk pemesanan berbagai jenis t-shirt dan juga memproduksi baju

anak-anak yang bernama Hompimpah yang dijual ke pasaran. Sampai saat ini pemasaran produk *Java Casual* masih bersifat manual.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mencoba merancang dan membuat aplikasi pemasaran dan penjualan web (*e-commerce*) untuk memudahkan dalam pemasaran dan penjualan produk dan jasa *Java Casual*. Yang mana aplikasi ini dapat memudahkan pemasaran produk dan jasa *Java Casual*, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan serta produk dan jasa *Java Casual* dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah yang mendasari pembuatan Tugas Akhir ini adalah “Bagaimana merancang sistem informasi pemasaran berbasis web untuk penjualan melalui media elektronik (*e-commerce*) pada konveksi *Java Casual*?”

1.3 BATASAN MASALAH

Agar pembahasan lebih mendalam dan terpusat pada tujuan yang telah ditetapkan serta untuk mendapatkan hasil yang optimal maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengambilan data dari konveksi *Java Casual T-Shirt Agency*.
2. Penelitian ini merancang sistem informasi dan merancang *website e-commerce*.
3. Perancangan website menggunakan CMS Joomla dan Virtuemart.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk merancang sistem informasi pemasaran berbasis *web (e-commerce)*
2. Untuk menghasilkan halaman admin yang digunakan untuk pengaturan pada *website*.
3. Untuk membuat *website e-commerce*.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari perancangan *website e-commerce* ini adalah:

1. Perancangan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sistem pemasaran yang ada di konveksi *Java Casual* untuk menghadapi persaingan yang ada dan meningkatkan pangsa pasarnya.
2. Meningkatkan dan memperluas transaksi dan penjualan produk perusahaan.
3. Memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam memperoleh informasi produk-produk yang ditawarkan, serta melakukan pemesanan secara *online*.

4. Memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk mempromosikan produk dan jasa.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang landasan teori yang relevan dengan masalah yang akan dibahas tentang pengertian pemasaran, sistem informasi pemasaran, e-commerce, basis data, unsur-unsur aplikasi dalam pembuatan web.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tahapan-tahapan utama yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir meliputi obyek yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan, dan perancangan sistem.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi perancangan sistem informasi pemasaran yang meliputi perancangan sistem informasi dan perancangan aplikasi.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian dan juga saran yang berisi mengenai pengalaman dan pertimbangan penulis mengenai penelitian yang dilakukan.