BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan di bahas beberapa penelitian mengenai website yang sudah ada pada saat ini. Dengan menggunakan tabel perbandingan, maka dapat diperoleh perbandingan fitur dan kelebihan sistem yang akan dibuat dengan yang sudah ada.

Perkembangan teknologi informasi dan persaingan dunia saat ini, menuntut para pekerja IT (*Information Technology*) untuk mampu menghasilkan produk teknologi informasi yang handal dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan masyarakat. Salah satu bidang yang berkembang pesat yaitu media internet. Internet merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan dunia dalam satu jaringan (Handita, 2012). Pesatnya perkembangan teknologi ini didukung oleh pendapat yang mengatakan bahwa teknologi informasi merupakan salah satu teknologi yang sedang berkembang dengan pesat saat ini, dengan kemajuan teknologi informasi, pengaksesan terhadap data dan informasi yang tersedia dapat berlangsung dengan cepat, efisien, serta akurat (Handoyo, 2008).

Penggunaan internet sebagai sarana untuk perdagangan kini semakin berkembang dan hampir semua perusahaan menggunakan internet sebagai media penjualan maupun promosi atau biasa disebut dengan *e-commerce*. Adapun beberapa karakteristik dari *e-commerce* dalam melakukan pemasaran produk adalah dengan menampilkan *display*

produk, spesifikasi produk, harga produk, dan lainnya. *E-commerce* memudahkan pelanggan dapat leluasa melihat segala aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya (Andryana, 2008).

Pemasaran online secara simultan, dapat mempengaruhi pemrosesan informasi periklanan oleh para pengguna internet. Pemrosesan informasi periklanan oleh pengguna internet mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian barang . Beberapa perubahan besar yang dibawa oleh internet dapat dilihat dalam cara membeli produk dan jasa, memperoleh informasi, dan melakukan perbankan (Yannopoulos, 2011). Dengan mengiklankan di media internet dan memasarkan melalui online juga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian barang yang akan dipilih. Dalam mempromosikan suatu produk, manager pemasar banyak yang tidak mengerti bagaimana mengintegrasikan internet dalam strategi pemasaran mereka (Yannopoulos, 2011).

Dalam melaksanakan strategi pemasaran selalu berkaitan dengan 4 bidang yaitu produk, harga, tempat, dan promosi yang akan mempengaruhi dalam strategi pemasaran. Untuk menghadapi kendala dan persaingan dalam hal persaingan di pasar perlu dilakukan promosi untuk mendapatkan perhatian dari konsumen.

Untuk mencapai kebutuhan tersebut diperlukan sebuah situs web yang dinamis, menarik, dan *up to date*. Untuk itu dalam membangun aplikasi website diperlukan suatu

sistem yang memudahkan dan merawat website tersebut dalam pengupdate-an. Dengan munculnya *internet* terutama browser berbasis *World Wide Web*, memicu revolusi dalam informasi pemasaran (Abeka, 2012).

Tabel 2.1. Tabel Perbandingan Aplikasi

Aplikasi Kriteria	Pembangunan Aplikasi Online Shopping MM TextCraft dengan Fitur Kustomisasi Produk Menggunakan AJAX (Angela, 2009)	Pemodelan Tiga Dimensi Pada Gedung Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta Menggunakan VRML 2.0 (Ares, 2013)	Pembangunan Aplikasi Forum Jual-Beli Berbasis Mobile (Herry, 2013)	Aplikasi Penjualan Perhiasan Berbasis Web Multimedia, Vita, 2014
Berbasis Web Dekstop	√	√	-	√
Menggunakan 3D	-	√	-	√
Katalog online	-	-	√	√
Berbasis Multimedia	-	-	-	√