

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan dunia internet pada saat ini sangat pesat, sebelumnya manusia hanya membayangkan bahwa perkembangan yang terjadi adalah suatu globalisasi dunia fisik, ketika batasan geografis yang membagi bumi menjadi beberapa bagian mulai pudar dan hilang. Secara perlahan-lahan usaha tersebut mulai dilakukan yaitu dengan cara membuka perdagangan dunia seluas-luasnya tanpa adanya proteksi dari pemerintah, atau pihak lain yang mengatur mekanisme jual-beli. Perkembangan dunia internet menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim disebut dunia maya. Setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa batasan apa pun yang menghalanginya.

Kehadiran internet dalam kehidupan manusia ternyata telah mengubah sebagian besar kebiasaan orang dalam berkomunikasi dengan orang lain, mulai dari sekedar menyampaikan pesan, sampai aktivitas sehari-hari seperti membaca koran, majalah, berbelanja dan lain-lain. Kehadiran internet telah menjadi jawaban bagi orang yang semakin sibuk. Untuk berkomunikasi antar anggota keluarga dalam satu rumah pun orang bisa minta bantuan fasilitas *E-mail* melalui internet (majalah Info komputer no: IX 1999).

Salah satu keunggulan baru dari internet yang kini di gemari banyak orang adalah *E-commerce*. *E-commerce* membeli atau menjual secara elektronik, kegiatan ini dilakukan pada jaringan internet. Dengan fasilitas internet manusia semakin dimanjakan

karena hampir semua transaksi dapat dilakukan di rumah dengan koneksi ke dunia *cyber* yang disebut internet (majalah Info Komputer no: IX 1999).

Kehadiran internet yang walaupun masih merupakan industri baru yang dalam fase pertumbuhan, yang masih terus berubah serta penuh dengan ketidak pastian, telah memperkokoh keyakinan akan pentingnya peranan teknologi dalam pencapaian tujuan finansial perusahaan melalui modifikasi dan efisiensi proses bisnis, yaitu dengan memanfaatkan *E-commerce*. Kemampuan internet untuk menjangkau pelanggan baru dan penghematan biaya yang cukup signifikan untuk distribusi dan pelayanan pelanggan merupakan keuntungan yang bisa di dapat perusahaan dengan memindahkan roda nilai *commerce* ke media internet (Apa dan Bagaimana *E-commerce*, Wahana, th 2000).

Perkembangan software data base dan perkembangan perangkat keras yang canggih laju pengolahan data yang besar akan bertambah cepat, ini juga seiring dengan perkembangan teknologi jaringan yang semakin cepat akan mendukung aplikasi *E-commerce* yang ada saat ini. Aplikasi *E-commerce* tak lepas dengan situs data base. Situs data base adalah situs yang dapat berinteraksi dengan pemakai sesuai dengan program yang telah di rancang dan dimasukkan dalam data base situs tersebut. Berbeda dengan situs statis, dalam hal tampilan yang disajikan pada layar bukan merupakan HTML statis tetapi dibuat oleh program dengan menggunakan data base. Jadi ketika pemakai memerlukan informasi seperti misalnya produk perumahan, program akan berjalan dengan mengakses data base dan mengambil spesifikasi produk, gambar, informasi harga dan beserta informasi yang diperlukan ke layar lebih interaktif.

Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet, sektor bisnis atau perdagangan merupakan sektor yang paling cepat tumbuh. Perdagangan di dunia maya dengan memanfaatkan perangkat telekomunikasi, yang

kerap di istilahkan *E-commerce (electronic commerce)* , merupakan mekanisme bisnis tersendiri yang usianya masih sangatlah muda. Tetapi perkembangan yang terjadi didalamnya sangatlah pesat (Mikro Data volume 5 seri 15 th 2000).

Kehadiran Internet ditangkap pada sebagian pelaku bisnis perumahan merupakan strategi pengembangan pasar. Karena sasaran produk mereka kebanyakan untuk kalangan menengah keatas untuk pasar indonesia, tetapi tidak demikian di negara maju. Kehadiran internet pada saat ini cukup direspon oleh beberapa kalangan, oleh sebab itu hardware untuk mengakses internet juga sudah beragam tidak melulu dengan komputer. Bahkan dikota besar di Indonesia sudah ada jaringan TV Cable yang didalamnya support internet yang dapat diakses dengan semacam dekoder yang mempunyai keyboard dan mouse untuk browsing.

Dunia konstruksi khususnya dalam bidang bisnis perumahan merupakan salah satu pengguna fasilitas *E-commerce* . Pemilihan dalam bisnis perumahan karena sektor perumahan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Keterbatasan informasi melalui media cetak, radio, televisi dapat di eliminir dengan datangnya dunia Cyber net. Informasi yang disuguhkan dalam halaman website atau biasanya disebut situs sangat fleksible, produk yang ditawarkan dapat dimuat dengan leluasa. Interaksi pengguna internet dalam suatu halaman situs dapat dilakukan, tidak demikian dengan media yang lain.

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, penulis ingin mengetahui sejauh mana negara-negara yang tergabung dalam anggota APEC memanfaatkan aplikasi *E-commerce* dalam bidang industri perumahan untuk menghadapi perdagangan bebas tahun 2020.

1.3. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang ada tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Mengetahui sejauh mana aplikasi *E-commerce* dalam bisnis perumahan diterapkan Indonesia.
2. Membandingkan penggunaan aplikasi *E-commerce* dalam bisnis perumahan diterapkan pada lingkungan negara-negara yang tergabung dalam APEC pada industri perumahan,
3. Mengetahui sejauh mana aplikasi *E-commerce* dalam bisnis perumahan diterapkan pada kelompok negara APEC yang mempunyai ranking tertinggi.
4. Mengetahui sejauh mana pelayanan atau service terhadap konsumen yang menjadi isu utama pada aplikasi *E-commerce*.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penulisan tesis ini bertujuan agar penelitian tentang penggunaan aplikasi *E-commerce* tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada.

1. Penelitian dilakukan terhadap penggunaan aplikasi *E-commerce* pada developer Indonesia
2. Penelitian selanjutnya dilakukan terhadap penggunaan aplikasi *E-commerce* oleh developer pada negara-negara yang tergabung dalam APEC
3. Penelitian aplikasi *E-commerce* dalam industri perumahan dilakukan dengan bantuan search engine populer baik dari dalam negeri maupun luar negeri misalnya: Yahoo, Excite, Lycos, Alta Vista, Deja News, Info Seek, Magellan, Astaga, Satunet, Catcha, dan lain lain

4. Penelitian aplikasi *E-commerce* dilakukan dengan cara penilaian terhadap isi dari aplikasi *E-commerce* yaitu : tampilan, fasilitas, cara pembayaran, media interaksi, dan lain lain.
5. Penelitian dilakukan terhadap *E-commerce* pada industri perumahan
6. Penilaian terhadap aplikasi *E-commerce* dilakukan berdasarkan kuisisioner secara umum, bilamana ditemui aplikasi *E-commerce* yang isinya diluar dari penilaian kuisisioner baku diabaikan.

1.5. Sistematika Penulisan

Bab pertama Pendahuluan mengenai latar belakang penggunaan aplikasi *E-commerce* pada industri perumahan, kemudian permasalahan yang akan menghasilkan tujuan dari penulisan.

Bab kedua Tinjauan pustaka mengenai acuan pustaka dari bisnis *E-commerce* dan aplikasinya pada industri perumahan. Selain membahas acuan pustaka *E-commerce* juga membahas acuan pustaka mengenai manajemen strategik perusahaan untuk mengantisipasi pasar dunia yang semakin global.

Bab ketiga Metodologi mengenai metoda yang dipakai dalam penelitian mulai studi literatur sampai cara pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung aplikasi *E-commerce*. Selain itu juga disajikan cara pengolahan data dengan menggunakan metoda statistik nilai rata rata mean.

Bab IV Pembahasan dalam bab ini penulis melakukan pembahasan dari data yang telah di peroleh dari hasil pengumpulan data kemudian diolah dengan metodologi penelitian yang telah dibahas pada bab III.

Bab V Kesimpulan dan saran pada bab ini akan didapat kesimpulan mengenai hasil pembahasan pada bab sebelumnya dan juga dapat dihasilkan saran mengenai penulisan dan bagi pemakai aplikasi *E-commerce*.

