

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Iklim persaingan global merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh industri yang ada sekarang ini. Persaingan yang ada begitu ketat tidak hanya dirasakan oleh pelaku industri besar saja, tetapi dirasakan oleh seluruh pelaku industri mulai dari yang berskala besar hingga kecil. Menanggapi hal itu, berbagai upaya dilakukan suatu industri agar dapat bertahan dan berkembang ditengah iklim persaingan salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Menurut Turban (2006) teknologi informasi telah mengubah cara pelaku usaha dalam menjalankan suatu bisnis yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai efek memasuki era ekonomi digital. Pada era ekonomi digital, teknologi internet yang telah ada digunakan untuk menjalin kerjasama dengan customer atau mitra bisnis yang biasa disebut dengan e-commerce.

Pada kondisi saat ini, perkembangan teknologi informasi yang pesat membuat orang ingin mendapatkan informasi secara cepat dan tepat. Hal tersebut tidak luput dari perhatian para pelaku usaha untuk mempromosikan diri melalui internet. Dengan adanya promosi melalui internet, pangsa pasar menjadi semakin luas, produk dari suatu usaha dapat semakin dikenal, kegiatan pengenalan produk, jual-beli, dan pencarian informasi terkait suatu produk menjadi lebih mudah dan cepat.

Bertolak belakang dengan pesatnya pemanfaatan teknologi internet sebagai media promosi suatu usaha, Sentra Industri Kecil Konveksi Batik Mlangi masih memasarkan produknya pada satu lingkup pasar saja tanpa menggunakan bantuan teknologi informasi khususnya internet. Proses pemasaran yang ada selama ini hanya dilakukan oleh pemilik usaha seorang diri. Keengganan mempunyai karyawan sebagai *sales* pun dilakukan bukan tanpa alasan, semua itu dilakukan karena dengan adanya *sales* maka biaya *sales* akan membebani biaya penjualan produk yang mengakibatkan harga produk menjadi tinggi dan tidak dapat bersaing dipasaran. Berdasarkan hal itu, keadaan yang ada memberikan dampak pada sempitnya pangsa pasar Mlangi, yaitu didaerah wisata seperti Malioboro, Prambanan, Borobudur, dan Pantai Selatan saja, sehingga identitas Sentra Industri Kecil Konveksi Batik Mlangi itu sendiri sebagai penghasil batik tidak dikenal luas oleh masyarakat pada umumnya.

Melihat kondisi diatas, melakukan pemasaran melalui internet, khususnya *website* menjadi suatu pilihan yang dapat digunakan untuk mendukung proses pemasaran produk Mlangi Batik. Dengan adanya *website*, maka kegiatan pemasaran tidak membutuhkan *sales*, pemasaran produk menjadi lebih luas (skala nasional), pangsa pasar atau konsumen bertambah, dan biaya yang dikeluarkan untuk perawatan *website* jauh lebih murah daripada gaji seorang *sales*.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, dapat dirumus-

kan suatu masalah yang sedang dihadapi oleh Sentra Industri Kecil Konveksi Batik Mlangi. Permasalahan tersebut adalah tidak dikenalnya Mlangi sebagai ikon penghasil batik yang menyebabkan pangsa pasar Mlangi Batik hanya berkisar diantara penjual batik dilokasi wisata di daerah Yogyakarta.

1.3. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah membuat *website* sebagai media promosi Sentra Industri Kecil Konveksi Batik Mlangi.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Situs yang menjadi pertimbangan untuk pencarian data keyword adalah *Google*. Hal ini dikarenakan *Google* merupakan situs pencari informasi yang umum digunakan oleh orang di Indonesia.
2. Data keyword dari *Google* diambil dalam jangka waktu 3 bulan, yaitu periode bulan Februari-April.
3. Perancangan *website* tidak membahas tentang *usability*.
4. *Website* dirancang dan dibangun dengan bantuan aplikasi perancangan *website* yaitu *wordpress*.
5. Dalam perancangan *website* tidak akan membahas lebih dalam tentang fitur-fitur keamanan untuk *website*.

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang menggambarkan tahapan dalam penelitian pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi awal

Observasi awal dilakukan untuk mengetahui kondisi dan sistem yang dijalankan oleh komunitas pada Sentra Industri Kecil Konveksi Batik Mlangi.

2. Perumusan Masalah dan Penentuan Tujuan

Tahap perumusan masalah dilakukan dengan melihat kondisi nyata dari objek penelitian. Tujuan penelitian kemudian dituliskan sebagai bentuk solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada objek yang diteliti.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan referensi beberapa cara dan tahapan dalam perancangan *website* yang telah dilakukan dan ada pada penelitian sebelumnya.

4. Analisis Sistem

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap sistem yang akan dikembangkan. Dari analisis yang telah dilakukan maka kebutuhan sistem dapat teridentifikasi.

5. Desain sistem

Pada tahap ini dilakukan tahap desain menggunakan acuan sebuah tabel *Categories of E-Commerce Web Design Elements* yang merupakan pengembangan dari *theory of planned behavior* yang dilakukan oleh Song & Zahedi (2001)

6. Pembangunan Website

Pembangunan website terbagi menjadi 2 bagian, yaitu:

a. Perancangan Website

Perancangan website beserta tampilannya dirancang sesuai dengan kebutuhan dari komunitas Mlangi.

Adapun proses perancangan website meliputi:

- 1) Menggambarkan struktur informasi (*sitemap*) yang akan ditampilkan dalam situs.
- 2) Menentukan *tool* untuk perancangan website.
- 3) Menentukan *template* atau tema yang akan digunakan pada website.
- 4) Menginputkan informasi yang ingin ditampilkan kedalam website sesuai dengan *site map*.
- 5) Menyusun teknik *Search Engine Optimization* (SEO)

b. Penentuan Domain dan Hosting

Penentuan domain dan hosting meliputi tahap:

- 1) Menentukan nama domain.
- 2) Mencari referensi penyedia domain dan hosting.
- 3) Menentukan domain dan hosting.

7. Pengoperasian Website

Setelah domain dan hosting didapat, desain dari website dan data base dikoneksikan dan diupload ke internet. Setelah semua tahap ini selesai dilakukan, website telah dapat dioperasikan atau digunakan.

8. Penyusunan Laporan

Pada tahap akhir ini, penulis akan melaporkan seluruh hasil penelitian dalam bentuk skripsi.

Adapun diagram alir dari metodologi penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Diagram Alir Metode Penelitian

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi uraian singkat mengenai penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang akan ditinjau dalam penelitian sekarang.

BAB 3 : LANDASAN TEORI

Berisi teori-teori yang mendukung penelitian mengenai sistem informasi penjualan berbasis web. Landasan teori ini diambil dari sejumlah buku referensi yang ada.

BAB 4 : DATA

Berisi gambaran umum mengenai usaha yang dijalankan oleh komunitas batik "Mlangi" dan data yang digunakan dalam penelitian.

BAB 5 : PEMBAHASAN

Berisi penjelasan mengenai tahapan dari pembuatan *website* Mlangi Batik.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan hasil ringkasan dari analisis data dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian.