

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Yayasan Penyandang Cacat Mandiri (YPCM) merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi berbagai macam kerajinan kayu, khususnya mainan edukasi anak yang berlokasi di Jalan Parangtritis km 7 Dusun Cabean, Desa Panggungharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul - Yogyakarta. Perusahaan ini didirikan karena adanya keprihatinan dari beberapa pihak kepada para penyandang cacat fisik akibat gempa yang terjadi di Yogyakarta pada tahun 2006 silam. Berbekal semangat menolong dan bantuan dari para pendonor seperti Palang Merah Jepang, asosiasi kemanusiaan dari Malaysia, dan beberapa pihak terkait maka dr. Andu Sufyan, Ir. Robertus Ignatius Suryo Indarto, dan Eko Prasanto pada tanggal 3 September 2007 mendirikan perusahaan ini. Jumlah karyawan yang ada saat ini sebanyak 18 orang yang sebagian besar karyawannya adalah penyandang cacat fisik. Proses pembuatan dari material awal hingga proses pemasaran semuanya dikerjakan oleh para karyawan ini. Produk-produk kerajinan yang telah selesai diproduksi selanjutnya ditempatkan ke bagian *showroom* ataupun ke bagian gudang.

Biaya pengeluaran bulanan YPCM dari bulan Januari yang semula Rp 21.559.100,00 menurun hingga Rp 10.131.700,00 di bulan Juli tahun 2014. Tingkat penurunan tertinggi terjadi di bulan Mei yang mencapai hingga Rp 7.333.600,00. Hal sama juga terjadi pada grafik biaya pemasukan, di mana pada bulan Januari pemasukan yang semula Rp 22.141.000,00 menurun di angka Rp 10.179.000,00 pada bulan Juli 2014. Biaya pengeluaran dan pemasukan cenderung berbanding lurus, dalam artian ketika pemasukan meningkat, pengeluaran juga meningkat, begitu pula sebaliknya ketika pengeluaran menurun maka pemasukan juga menurun. Data selisih antara pemasukan dikurangi dengan pengeluaran akan menghasilkan laba kotor. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa grafik laporan keuangan di YPCM dari bulan Januari sampai Juli tahun 2014 trennya selalu menurun tiap bulannya, yang mengindikasikan bahwa profit yang diterima oleh YPCM cenderung menurun. Jika hal ini dibiarkan, dalam artian bahwa pemasukan tidak ditambah, maka di masa yang akan datang perusahaan ini tidak akan mendatangkan profit atau bahkan rugi.

Penjualan di YPCM selama ini kebanyakan hanya dilakukan dengan memamerkan berbagai produk kerajinan kayu tersebut di *showroom* yang letaknya di Jalan Parangtritis, Bantul dan jauh dari pusat kota Yogyakarta yang menjadi destinasi para wisatawan. Alasan penjualan hanya dilakukan di *showroom* karena ketiadaan *salesman* yang bertugas untuk memasarkan produknya di luar kantor sehingga perusahaan tidak dapat melakukan ekspansi pasar. Tidak adanya *salesman* ini disebabkan 90% dari karyawan YPCM adalah para penyandang cacat fisik sehingga mobilitas kerja karyawan di luar kantorpun terbatas.

Beberapa solusi yang bisa diambil untuk meningkatkan pemasaran dengan berbagai masalah yang dihadapi tersebut misalnya dengan membuka toko-toko cabang dengan memilih lokasi yang strategis, namun keterbatasan modal memaksa perusahaan untuk tidak bisa mengambil solusi ini. Langkah pemasaran dengan cara kerja sama dan menjual melalui toko lainpun juga tidak diambil dengan pertimbangan harga produk yang dipasarkan akan menjadi lebih tinggi karena keuntungan yang didapat akan dibagi dengan pemilik toko. Pemasaran melalui beberapa media seperti TV, radio, maupun koran juga memungkinkan untuk diambil namun harga jualpun juga akan meningkat sebagai kompensasi biaya pengiklanan yang cukup tinggi.

Menurut Dianawati (2007) pemasaran melalui media internet memungkinkan untuk dilakukan. Layanan internet memudahkan pemberi maupun pencari informasi untuk mengakses informasi di manapun dan kapanpun mereka mau. Peluang area promosipun juga akan semakin luas. Selain itu biaya distribusi pemasaran yang dikeluarkan juga lebih rendah dibandingkan jika harus merekrut *salesman* untuk memasarkan produk ke konsumen (Turban dkk, 2000). Cara pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti *web* belum pernah dilakukan di YPCM sebelumnya. Oleh karena itu penulis mencoba merancang *web* untuk mempromosikan produk YPCM.

Menurut Lehto dan Buck (2008) aspek ergonomi diperlukan dalam merancang suatu *visual display* pada layar komputer. Penulis menambahkan aspek ergonomis ini pada rancangan *web* sehingga *user* yang bertugas untuk mengoperasikan *web* dapat dengan mudah mendapatkan informasi-informasi yang mereka butuhkan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka untuk meningkatkan efektivitas pemasaran di YPCM diperlukan adanya penggunaan *web* untuk sarana pemasaran produk.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu mendapatkan suatu rancangan *web* sehingga YPCM dapat meningkatkan pemasarannya.

1.4. Batasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan yang ingin diteliti maka peneliti membatasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

- a. Fokus objek penelitian adalah YPCM.
- b. Data keuangan perusahaan diambil dari bulan Januari sampai Juli tahun 2014.
- c. Segmentasi produk yang akan dipasarkan adalah mainan edukasi.
- d. Data yang ditampilkan dalam *web* bersifat dinamis sehingga dapat sewaktu-waktu diubah, dihapus, ataupun ditambahkan.
- e. Penelitian perancangan *web* diaplikasikan pada localhost.
- f. Pertanyaan kuesioner mengenai layout *web* hanya dibahas secara eksplisit.