

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan *Information and Communication Technology* (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Fensel, 2001). Dengan adanya internet dan ICT proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu (Jinling, 2009; Quaddus, 2008). Salah satu penerapan ICT dan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic commerce* (*e-commerce*). *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), e-pemasaran (*e-marketing*), atau pemasaran online (*online marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange* / EDI), promosi produk dan lain-lain (Wikipedia, 2010). Manfaat dan keuntungan menggunakan *e-commerce* adalah untuk media promosi dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan online maupun konvensional (Jansen, 2006; Supardi, 2009). Di samping keuntungan tersebut, ternyata hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan *e-commerce* dalam mendorong peningkatan volume penjualan dan mempromosikan produk-produk industri cukup tinggi (Alexander, 2002; Supardi

2008; Wuwei 2009). Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil (Kuncoro, 2008, Sripo, 2010). Masalah utama yang dihadapi oleh UKM adalah pemasaran (Hafsah, 2004; Kuncoro, 2008; Kurniawan, 2009; Supardi, 2009). Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka cabang baru, ikut pameran, pembuatan dan penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UKM. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas (Supardi, 2009).

Sulaman Benang Emas Rafni.K merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam memproduksi kerajinan Sulaman Benang Emas yang masih dilestarikan sampai sekarang ini. Kesulitan yang terjadi pada toko ini adalah dimana para toko kesulitan dalam memasarkan produknya dan menemukan pembeli yang tepat. Begitu juga dengan pihak pelanggan kesulitan dalam mencari produk-produk yang dibutuhkan.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, maka Toko sulaman benang emas Rafni.K membutuhkan suatu aplikasi web *e-commerce* yang mampu memberikan informasi mengenai produk kepada pelanggan dengan cepat melalui internet. Dari latar belakang diatas, maka dibutuhkan suatu *website* untuk mengelola Toko dalam mempromosikan barang serta transaksi penjualan yang terjadi

antara Toko dan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis bermaksud menjadikan pembangunan aplikasi *e-commerce* sebagai topik dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul : **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEB PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) MENGGUNAKAN E-COMMERCE”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana membangun sistem pemasaran dan penjualan pada Toko Sulama Benang Emas Rafni.K?
2. Bagaimana caranya memperluas area pemasaran produk dan penambahan pelanggan?
3. Bagaimana mempromosikan kepada pelanggan agar memperoleh informasi mengenai Sulama Benang Emas Rafni.K?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka penulis membuat suatu hipotesa (dugaan sementara) yaitu yang dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang terjadi diantaranya:

1. Memberikan kemudahan terhadap pelanggan dalam mengakses informasi Sulama Benang Emas Rafni.K dan harga secara detail.
2. Memungkinkan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi dimana saja tanpa harus datang langsung ke Toko Sulama Benang Emas Rafni.K.
3. Memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin ke pada pelanggan, proses transaksi yang sederhana, akses terhadap informasi lebih luas dan fleksibilitas yang lebih tinggi.

1.4 Batasan Masalah

Agar penulis ini lebih terarah serta pembahasan permasalahan yang dihadapi tidak meluas dan menyimpang dari tujuan yang diharapkan, maka perlu ditetapkan batasan terhadap sistem penulisan, adapun batasan dari penulis yaitu:

1. Sistem ini hanya mempromosikan dan melakukan pemesanan secara online.
2. Proses transaksi pembayaran menggunakan transaksi antar rekening bank.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya memiliki tujuan, adapun tujuan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Membantu dalam memperbaiki dan melengkapi sistem yang lama agar tercapai keakuratan kerja dan keakuratan data.

2. Menyediakan informasi yang memudahkan pemilik usaha dalam mempromosikan produknya dan mempermudah konsumen dalam pemesanan Sulaman Benang Emas Rafni.K.
3. Untuk mengaplikasikan suatu program komputer dalam bahasa pemrograman PHP dan database MySQL dalam proses promosi dan pemesanan Sulaman Benang Emas Rafni.K.

1.6 Manfaat Penelitian

Selain menetapkan tujuan, adapun manfaat dari kegiatan ini adalah:

a. Bagi Penulis

Dapat memberikan pengetahuan baru dan wawasan yang luas bagi penulis dalam menerapkan teori-teori yang telah diperoleh pada saat menempuh perkuliahan dan dapat membandingkan kenyataan dengan kondisi yang terjadi.

b. Bagi Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K

Untuk memberikan kemudahan dalam mempromosikan dan penjualan Sulaman Benang Emas secara lebih luas.

c. Bagi pengguna, mempermudah masyarakat atau para konsumen dalam pemesanan Sulaman Benang Emas.

1.7 Profil Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K

Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K merupakan usaha yang bergerak di bidang kerajinan sulaman benang emas yang masih dilestarikan sampai saat ini, usaha ini berdiri pada tahun 1990 yang berlokasi Jl. Raya BatusangkarLintau, Kec. Sungayang, Kab. Tanah Datar, Sumatera Barat 27294 yang didirikan oleh Ibuk Rafni.K selaku pemilik utama Toko Sulama Benang Emas. kemampuan yang dimiliki oleh Ibuk Rafni dalam kerajinan sulaman benang emas ini yaitu belajar secara otodidak tanpa ada mengikuti les atau kuliah khusus dalam kerajinan ini, semua produk yang dihasilkan oleh Ibuk Rafni sudah sampai di pulau jawa khususnya di jakarta.

jenis-jenis produk yang dihasilkan oleh Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K antara lain:

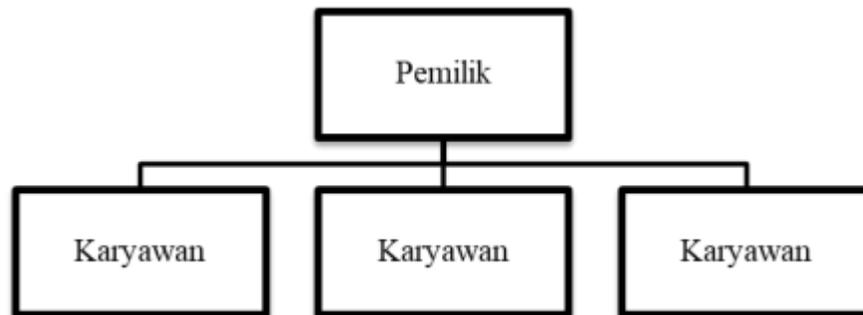
- 1) Saputangan Dalamak
- 2) Saputangan Mato
- 3) Salendang Kapalo Samek
- 4) Banta Gadang
- 5) Tabir Penutup Dinding
- 6) Kalambu
- 7) Hondas
- 8) Tirai
- 9) Langit-Langit

- 10) Garending itik
- 11) Parapui Singa
- 12) Lansia

1.8 Struktur Organisasi Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja formal organisasi yang menggambarkan adanya pemisahan fungsi, uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang disusun untuk dapat mendorong peningkatan efektivitas kegiatan serta dapat menstabilitas dan kontinuitas organisasi tetap bertahan. selain itu struktur organisasi juga berfungsi sebagai alat untuk membimbing ke arah efesiensi dalam penggunaan pekerja dan seluruh sumber daya yang dibutuhkan dalam meraih tujuan oerorganisasi.

Bentuk organisasi Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber : Sulaman Benang Emas Rafni.K

Gambar : 1.1 Struktur Organisasi Sulaman Benang Emas Rafni.K

1.9 Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Setiap Jabatan

Berikut ini akan diuraikan tugas dan wewenang dari setiap jabatan pada Toko Sulaman Benang Emas Rafni.K adalah sebagai berikut :

1. Pemilik

Bertanggung jawab sebagai sumber modal awal yang memiliki kewenangan penuh atas usaha dan mengawasi proses produksi.

2. Karyawan

bertanggung jawab atas produksi produk sesuai dengan model dan jumlah yang diinginkan oleh pemilik.