

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi, banyak pengguna terdorong untuk memanfaatkan dan mengembangkan teknologi informasi. Keinginan ini membuat setiap individu, perusahaan, organisasi, serta lembaga pendidikan dari berbagai jenjang berlomba-lomba memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pendukung aktivitas bisnis mereka. Di era digital, pemasaran produk melalui media online telah menjadi salah satu strategi efektif untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan.

Berkembangnya bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk mendukung kinerja dalam menjalankan proses dan kegiatan operasional dengan menggunakan teknologi informasi yang dikemas sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Akan tetapi dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat manusia dapat memanfaatkannya untuk mencapai kemudahan dalam proses jual dan beli barang. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, penjual dan calon pembeli dapat melakukan transaksi secara online, sehingga transaksi dapat berjalan meskipun kedua pihak tersebut tidak harus bertemu satu sama lain (Pamungkas et al., 2023).

Internet telah menjadi bagian dari kehidupan saat ini. Bahkan menjadi kebutuhan penting bagi sebagian orang. Meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat yang ditandai dengan menolaknya *costumer* maupun pebisnis, mendorong munculnya suatu internet melebihi dari apa yang bisa diperoleh di dunia nyata. Hal ini yang menyebabkan perkembangan bisnis online di Indonesia menjadi

sangat pesat, itu menandakan era pemanfaatan teknologi informasi sudah mulai diakui keberadaannya. Bisnis online yang menjadi tren masa kini biasa disebut dengan *e-commerce* (Setiawan et al., 2024).

Informasi merupakan unsur yang mengaitkan fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengoperasian, dan pengendalian perusahaan. Tanpa informasi suatu perusahaan tidak akan bisa menjalankan kegiatan operasional perusahaan dengan baik. Oleh sebab itu untuk menunjang pelaksanaan informasi bagi perusahaan yang baik dan teratur, maka diperlukan suatu sistem yang terkomputerisasi (Fitriansyah & Suryadi, 2021).

Pemasaran merupakan kegiatan perorangan dan organisasi yang memudahkan dan mempercepat hubungan pertukaran yang memuaskan dalam lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, pendistribusian, promosi dan penentuan harga barang, jasa dan gagasan (Nistrina & Ghivari, 2023).

Sistem informasi pemasaran merupakan bagian dari Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang dirancang khusus untuk mendukung pengambilan keputusan terkait kegiatan pemasaran. Sistem ini tidak hanya mencakup kumpulan data pemasaran, tetapi juga melibatkan sumber daya manusia dan peralatan yang digunakan dalam prosesnya (ASNIA MINARTI & MOH. ALI WARDANA, 2024).

Upaya pemasaran suatu perusahaan harus mengutamakan penyampaian kebahagiaan konsumen untuk menjamin keberlangsungan bisnis. Untuk mencapai kepuasan konsumen yang bertahan lama, organisasi harus menggunakan pemasaran sebagai strategi bisnis yang gigih, bukan upaya sementara (Salsabila & Gunawan, 2024).

Salah satu aspek penting yang sangat berpengaruh dalam mengembangkan suatu bisnis usahanya yaitu pada strategi promosinya. Promosi merupakan usaha atau upaya individu dengan maksud menarik perhatian pelanggan dengan cara memberitahukan informasi dan mempengaruhi dengan menawarkan sebuah barang atau jasa agar tertarik dan membeli produk terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Ibrahim ., 2024).

Website merupakan penghubung dengan dunia digital secara keseluruhan dan mungkin bagian yang paling penting dalam keseluruhan strategi pemasaran digital, dimana kegiatan online akan terarah langsung ke calon konsumen (Irawan, 2023). Website dapat mempererat jarak antara perusahaan dan konsumen, sehingga komunikasi antara perusahaan dan konsumen menjadi lebih lancar, dan membantu pasar perusahaan menjadi lebih luas. Salah satu dari keunggulan website yaitu memberikan informasi yang lebih efektif, efisien dan terbaru. Website juga memberikan suatu kemudahan dalam pengaksesannya untuk masyarakat di berbagai penjuru dunia dengan hanya menggunakan internet (Martadinata et al., 2023).

Kerajinan tangan merupakan usaha kreatif yang mengubah sumber daya tertentu menjadi barang yang mempunyai nilai estetika dan fungsional. Pembuatan barang kerajinan terutama menggunakan keterampilan tangan menghasilkan barang yang mempunyai nilai pasar yang tinggi. Memanfaatkan kelebihan atau sisa bahan yang dapat diolah menjadi benda berguna dan berharga merupakan cara lain dalam menciptakan kerajinan tangan (Yuliani & Andryani, 2023).

Dalam kerajinan, diperlukan keterampilan, kreativitas, dan keahlian khusus untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi, terdapat banyak produk

kerajinan yang bersumber dari bahan mentah yang berbeda dimana proses pembuatannya tergolong mengandung nilai estetika, mencakup budaya lokal dan karenanya akan bernilai ekonomis yang dapat mendatangkan pendapatan bagi pengrajin (Sudarman, 2024).

Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit Gado-Gado (PIK-R BGG) adalah sebuah organisasi remaja dibawah binaan BKKBN yang bertujuan untuk memberikan pembinaan, konseling, serta pelatihan dan pembelajaran bagi para anggotanya. Organisasi ini memiliki dua kategori keanggotaan, yaitu Anggota (usia 11-16 tahun) dan Anak Binaan (usia 5-10 tahun). Di mana setiap kategori memiliki peran penting dalam kegiatan yang diadakan secara rutin dua kali sebulan. Beberapa kegiatan utama yang diselenggarakan oleh PIK-R Bukit Gado-Gado antara lain *Class In Nature* (Belajar Bahasa Inggris di Alam), Gerbatsu (Gerakan Berbagi Biskuit dan Susu), kegiatan kewirausahaan dan kegiatan lainnya. Salah satu fokus utama organisasi ini adalah kewirausahaan, di mana para anggota dan anak binaan memproduksi berbagai produk kerajinan tangan dengan memanfaatkan barang-barang bekas yang tidak terpakai kemudian diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual.

Kegiatan kewirausahaan PIK-R Bukit Gado-Gado telah berlangsung selama delapan bulan. Permasalahan utama yang dihadapi PIK-R Bukit Gado-Gado (PIK-R BGG) dalam memasarkan dan penjualan produk kerajinan tangan adalah terbatasnya jangkauan pemasaran dan aksesibilitas informasi bagi calon pembeli. Saat ini, pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional melalui mulut ke mulut di wilayah Bukit Gado-Gado. Hal ini yang membatasi potensi penjualan ke konsumen yang lebih luas. Calon pembeli sering kali kesulitan mendapatkan

informasi lengkap mengenai produk, seperti detail dan harga produk. Keterbatasan ini membuat calon pembeli kurang memahami keunikan produk PIK-R Bukit Gado-Gado. Selain itu, proses pembelian hanya bisa dilakukan dengan mendatangi langsung sekretariat PIK-R Bukit Gado-Gado. Hal ini dapat menjadi kendala bagi konsumen yang berada di luar wilayah atau yang tidak memiliki kesempatan untuk datang langsung.

Hambatan dalam jangkauan pemasaran, informasi produk, dan akses penjualan ini menghalangi perkembangan usaha PIK-R Bukit Gado-Gado. Pemasaran berbasis website dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan memudahkan konsumen mendapatkan informasi serta melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk menyesuaikan permasalahan tersebut dengan mengakat judul **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK HASIL KERAJINAN TANGAN PADA PUSAT INFORMASI KONSELING REMAJA BUKIT GADO – GADO BERBASIS WEB”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat penulis ambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang sistem informasi pemasaran berbasis web yang efektif dan informatif untuk mempromosikan produk hasil kerajinan tangan di PIK-R Bukit Gado-Gado?

2. Bagaimana sistem informasi pemasaran berbasis web ini dapat membantu meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan produk kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado?
3. Bagaimana sistem informasi pemasaran produk hasil kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado ini dapat membantu kegiatan organisasi dalam mengelola data produk, transaksi dan laporan secara lebih efektif dan efisien?

1.3 Hipotesis

Hipotesa merupakan dugaan sementara dimana nantinya akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang ada dapat ditemukan beberapa hipotesa sebagai berikut :

1. Diharapkan sistem informasi pemasaran berbasis web dapat memperluas jangkauan promosi produk kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado.
2. Diharapkan penggunaan sistem informasi pemasaran produk kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado dapat meningkatkan penjualan produk kerajinan tangan melalui akses yang lebih mudah oleh calon pembeli.
3. Diharapkan sistem informasi pemasaran produk kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado ini dapat mendukung pelaksanaan kegiatan dalam pengelolaan data, transaksi, dan pelaporan produk secara lebih efektif dan efisien.

1.4 Batasan Masalah

Supaya pembahasan yang dilakukan dapat terarah dengan baik dan tidak menyimpang, maka permasalahan dibatasi sebagai berikut :

1. Sistem informasi pemasaran produk hasil kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado ini dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL sebagai basis datanya.
2. Sistem yang dirancang untuk menyediakan informasi profil organisasi sebagai media promosi dan media penjualan produk hasil kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado.
3. Data yang dihasilkan mencakup informasi tentang produk, informasi pemesanan atau pembelian, laporan dan informasi pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan dalam hal ini adalah :

1. Merancang sistem informasi pemasaran berbasis web yang dapat mempromosikan produk kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado secara lebih luas dan efektif.
2. Meningkatkan penjualan produk kerajinan tangan melalui akses yang lebih mudah bagi calon pembeli di berbagai wilayah.
3. Untuk memudahkan masyarakat atau calon pembeli dalam memperoleh informasi mengenai berbagai produk kerajinan tangan PIK-R Bukit Gado-Gado, termasuk daftar harga dan cara pemesanannya.
4. Membantu meningkatkan popularitas PIK-R Bukit Gado-Gado melalui penggunaan teknologi informasi dalam promosi produk.
5. Mendukung operasional organisasi PIK-R Bukit Gado-Gado dengan menyediakan sistem yang terintegrasi untuk mengelola data produk, transaksi, dan laporan penjualan secara efisien.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengalaman dalam merancang dan mengembangkan sistem informasi pemasaran berbasis web, serta mempraktikkan teori yang dipelajari selama pendidikan.
- b. Memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan teknologi informasi yang mendukung promosi dan penjualan produk lokal.

2. Bagi PIK-R Bukit Gado-Gado

- a. Meningkatkan efektivitas promosi produk kerajinan tangan yang dihasilkan oleh anggota dan anak binaan PIK-R Bukit Gado-Gado, sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran.
- b. Mempermudah pengelolaan data produk, pelanggan, dan transaksi secara lebih terstruktur dan efisien, meningkatkan popularitas PIK-R Bukit Gado-Gado serta mendukung operasional organisasi.

3. Bagi Kampus

Dapat melihat kemampuan dan keahlian mahasiswa dalam jangka panjang. Dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya, terutama bagi mahasiswa UPI YPTK Padang yang ingin mengembangkan sebuah penelitian tentang perancangan sistem informasi pemasaran produk.

1.7 Tinjauan Umum Organisasi

Tinjauan umum Perusahaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit Gado-Gado. Gambaran tersebut

diantaranya tentang struktur organisasi serta tugas dan wewenang pada Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit Gado-Gado.

1.7.1 Sejarah Organisasi Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit

Gado-Gado

Bukit Gado-gado merupakan sebuah daerah di Kecamatan Padang Selatan yang terdiri dari 2 RW dan 8 RT. Berada di lereng bukit dan memiliki ciri khas pemandangan Kota Padang. Di sini banyak terdapat generasi muda usia produktif.

Pada awal didirikan kampung KB di Bukit Gado-Gado, di dalam program kerja kampung KB terdapat suatu organisasi yang dikhususkan untuk remaja. Keadaan ini mendorong pemuda setempat untuk membangun PIK-Remaja Kampung KB Pesona Indah Bukit Bukit Gado-Gado sebagai wadah untuk generasi emas Bukit Gado-gado.

PIK-Remaja Kampung KB Bukit Gado-Gado berdiri pada 2 Desember 2019, beralamat di RT 02/ RW 02 Kelurahan Bukit Gado-Gado. PIK ini berdiri dibawah naungan Kampung KB Pesona Indah Bukit Gado-Gado.

PIK-R Bukit Gado-Gado sudah bertahan selama lebih dari 3 tahun. Dengan konsistensi dari pengurus, dan semangat dari anak-anak binaan serta anggota PIK-R Bukit Gado-Gado berhasil menjadi *role model* untuk remaja sekitar.

Kegiatan-kegiatan PIK-R Bukit Gado-Gado sangat beragam, mulai dari kegiatan keagamaan, sosial, kreatifitas, kewirahusahaan serta konseling. Kegiatan dilakukan dengan mempertimbangkan dan memperhatikan perkembangan zaman yang cocok untuk anak-anak binaan dan anggota dari PIK-R Bukit Gado-Gado.

1.7.2 Visi dan Misi Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit Gado-Gado

Visi dan misi yang diterapkan oleh Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit Gado-Gado adalah sebagai berikut :

VISI :

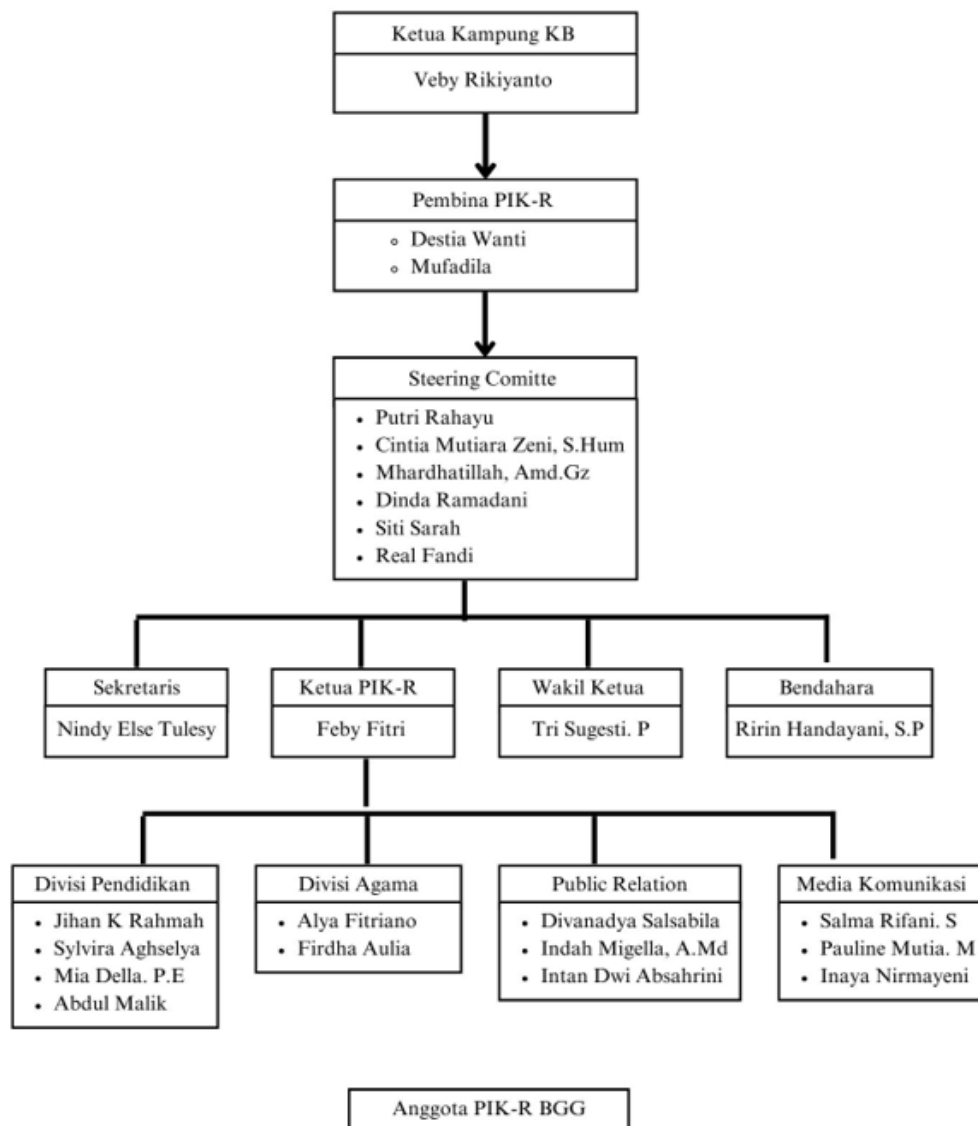
Mewujudkan generasi remaja Bukit Gado-Gado yang sehat, kreatif, inovatif, religius dan berkualitas di bidang akademis dan non akademis.

MISI :

- a) Memberikan informasi dan konseling tentang masalah remaja
- b) Menyiapkan dan meningkatkan kualitas remaja

1.7.3 Struktur Organisasi Pusat Informasi Konseling Remaja Bukit Gado-Gado

Struktur organisasi adalah sistem yang digunakan untuk mendefinisikan hierarki dalam sebuah organisasi dengan tujuan menetapkan cara sebuah organisasi dapat beroperasi, dan membantu organisasi tersebut dalam mencapai tujuan yang ditetapkan di masa depan.



Sumber: PIK-R Bukit Gado-Gado

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi PIK-Remaja Bukit Gado-Gado

1.74 Tugas dan Wewenang

1. Ketua Kampung KB

- a. Menjalin kerja sama dan koordinasi dengan PIK-R Bukit Gado-Gado yang mendukung pelaksanaan program Kampung KB.
- b. Mengawasi pelaksanaan program secara rutin serta melakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan program dan menyusun langkah perbaikan.

- c. Memberikan arahan atau pelatihan kepada anggota dan masyarakat dalam bidang kesehatan reproduksi, pengelolaan keluarga, dan pendidikan anak.

2. Pembina

- a. Membantu dalam evaluasi kegiatan PIK-R serta menyusun laporan hasil kegiatan sebagai bahan evaluasi ke depannya.
- b. Menjalin hubungan dengan instansi atau organisasi lain yang mendukung PIK-R, seperti Dinas Kesehatan, BKKBN, dan sekolah untuk memperkuat pelaksanaan program.
- c. Berwenang memberikan persetujuan atau penolakan terhadap rencana kegiatan PIK-R yang diajukan oleh anggota.
- d. Mewakili PIK-R dalam berkomunikasi dengan pihak eksternal serta merumuskan kerja sama yang dapat meningkatkan efektivitas program.

3. Steering Komite

- a. Mengarahkan kebijakan serta memberikan bimbingan terkait pelaksanaan proyek atau program agar sesuai dengan perencanaan awal.
- b. Melakukan monitoring secara berkala untuk memastikan proyek berjalan sesuai rencana, anggaran, serta timeline yang ditetapkan.
- c. Mempunyai wewenang untuk memberikan arahan atau rekomendasi kebijakan yang bersifat strategis dan krusial.

4. Ketua

- a. Menjadi pemimpin dalam setiap kegiatan, mengarahkan anggota agar program dapat terlaksana sesuai dengan visi dan misi PIK-R.
- b. Mengawasi, mengevaluasi, dan memberikan laporan tentang pelaksanaan program untuk perbaikan kegiatan PIK-R ke depannya.
- c. Memiliki wewenang untuk mengambil keputusan dalam merencanakan dan mengarahkan kegiatan PIK-R.

5. Wakil Ketua

- a. Membantu Ketua dalam merencanakan, mengelola, dan melaksanakan kegiatan PIK-R, serta memberikan dukungan dalam setiap program yang dijalankan.
- b. Mengajak anggota PIK-R untuk berinovasi dalam produk atau layanan yang dihasilkan dan membantu merancang strategi pemasaran agar usaha lebih berkembang.
- c. Berwenang untuk memberikan persetujuan pada rencana kegiatan atau usaha baru yang terkait dengan bidang kewirausahaan.

6. Sekretaris

- a. Menyusun dan mengatur dokumen-dokumen penting, seperti notulen rapat, laporan kegiatan, dan arsip data anggota.
- b. Mengatur jadwal rapat dan kegiatan PIK-R serta memastikan semua anggota mengetahui dan siap untuk berpartisipasi.
- c. Menyampaikan informasi dari Ketua kepada anggota atau Pembina dan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait jika diperlukan.

7. Bendahara

- a. Mencatat, mengelola, dan mengawasi pemasukan serta pengeluaran dana untuk kegiatan PIK-R.
- b. Menyusun laporan keuangan rutin yang mencakup rincian pemasukan, pengeluaran, dan saldo kas, serta menyampaikan laporan ini kepada Ketua dan anggota.
- c. Berwenang untuk mengelola dan mengatur pengeluaran sesuai anggaran yang telah disetujui oleh pengurus.
- d. Membantu menyusun anggaran untuk setiap kegiatan PIK-R, termasuk mengestimasi biaya dan mengatur dana yang diperlukan.

8. Divisi Pendidikan

- a. Menyusun dan mengembangkan materi edukatif terkait kesehatan reproduksi, hubungan sosial, dan isu-isu remaja lainnya.
- b. Mengorganisir kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung pengembangan keterampilan dan pengetahuan remaja.
- c. Mengambil keputusan terkait materi dan metode yang digunakan dalam pendidikan dan penyuluhan.

9. Divisi Agama

- a. Menyediakan materi pendidikan agama yang relevan dengan kehidupan remaja, termasuk nilai-nilai moral dan etika.
- b. Memberikan penyuluhan tentang isu-isu keagamaan yang relevan dan membantu remaja memahami tantangan yang mereka hadapi.
- c. Berwenang untuk merancang dan mengimplementasikan program-program keagamaan yang sesuai dengan kebutuhan remaja.

10. Public Relation

- a. Menyusun dan menyampaikan informasi terkait program dan kegiatan PIK-R kepada publik, termasuk remaja, orang tua, dan masyarakat.
- b. Membuat konten untuk media sosial, buletin, dan materi promosi lainnya untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu remaja dan layanan PIK-R.
- c. Menjalin hubungan baik dengan media massa untuk memastikan liputan yang positif tentang kegiatan dan program PIK-R.

11. Media Komunikasi

- a. Mengelola dan memperbarui konten di situs web, media sosial, dan platform digital lainnya untuk memastikan informasi selalu up-to-date.
- b. Merancang strategi untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi dan promosi yang efektif.
- c. Mengembangkan ide-ide kreatif untuk kampanye komunikasi yang menarik dan relevan dengan audiens.