

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini berisi latar belakang dilakukannya penelitian ini, perumusan masalah, tujuan dan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini, serta yang membatasi ruang lingkup penelitian yakni mencakup batasan masalah dan asumsi yang digunakan dalam penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Pada era perdagangan global seperti sekarang, cara pemasaran adalah salah satu hal penting yang dapat mengangkat atau bahkan menjatuhkan suatu usaha. Hal ini tentu berlaku bagi semua tingkatan usaha, baik dari usaha yang besar sampai usaha kecil setingkat UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Sebagaimana prinsip ekonomi “mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil mungkin” seperti itu pula seharusnya yang dilakukan para pelaku usaha untuk menaikkan omset penjualan. Untuk itu seharusnya pelaku usaha menengah ini harus memperluas pemasaran produk salah satunya bisa dengan menerapkan *e-commerce*. Melalui *e-commerce*, UKM mampu berjualan produk 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu, hal ini karena *e-commerce* mampu diakses oleh *anyone, anywhere, anytime*.

Berkembangnya IT (*Information Technology*) saat ini, membuat berbagai bidang memanfaatkan internet untuk pengembangan bidangnya, salah satunya adalah perdagangan. Perdagangan memanfaatkan internet untuk pemasaran produk ke pelanggan, bahkan jual beli pun bisa dilakukan di internet dengan praktis tanpa harus bertatap muka antara penjual dan pembeli. Hal ini dilakukan para pelaku usaha untuk mampu menaikkan omset dan bersaing di era perdagangan global yang saat ini terjadi. Pada era ini, IT (*Information Technology*) sangat dibutuhkan untuk semua tingkat usaha, baik dari usaha besar sampai kecil tidak terkecuali tingkat UKM. Hal ini menunjukkan bahwa IT (*Information Technology*) untuk saat ini memiliki fungsi yang sentral. Kalau dapat diibaratkan, dunia adalah tubuh manusia, sedangkan IT (*Information Technology*) adalah organ jantung yang mampu memompakan darah ke seluruh tubuh agar lebih sehat dan bugar. Demikian pula dalam bidang perindustrian, IT (*Information Technology*) mampu memompakan data dan informasi ke seluruh bagian industri (mulai dari bagian hulu sampai ke hilir), dimana hal ini

akan membuat sistem industri tersebut lebih efektif dan efisien sehingga untuk mengakses data dan informasi yang berjarak jauh dapat dilakukan dalam hitungan detik.

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini dikarenakan UKM berperan sangat vital dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan. UKM cukup fleksibel sehingga dapat dengan mudah mengikuti pasang surut dan arah permintaan pasar. Dalam krisis ekonomi global yang terjadi saat ini, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, sektor UKM masih mampu bertahan dan terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.

UKM keramik dinoyo adalah salah satu UKM yang mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi global. UKM keramik dinoyo awalnya adalah perusahaan keramik percontohan di daerah yang diajukan oleh leppin (lembaga penyelenggara perusahaan-perusahaan industri) departemen perindustrian kepada pemerintah pusat untuk mendorong dan memacu semangat para perajin di daerah untuk lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas produksinya. Dilihat dari perkembangannya keramik dinoyo sebenarnya adalah penyebutan masyarakat luas untuk produk keramik yang berasal dari Malang. Sekarang UKM keramik dinoyo terdiri dari beberapa *home industry* yang berada di daerah dinoyo dan membentuk sebuah paguyuban untuk mengkoordinir kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan keramik, seperti pameran keramik sampai *event* internasional.

Cenderamata CERAMIC's, sebagai obyek penelitian adalah termasuk UKM bidang keramik. Berbagai macam jenis keramik dibuat di sini, mulai dari aneka souvenir, *aroma therapy burner*, sampai *interior decoration* yang menjadi produk utamanya. Keramik pada cenderamata CERAMIC's ini berbahan dasar kaolin, felspard, kwarsa, ballclay, dan pewarna oksida. Harga produk-pun bermacam-macam mulai dari yang murah sampai mahal tergantung dari tingkat kesulitan pembuatannya.

Sistem pemasaran dan pengelolaan data (data produk, data penjualan) cenderamata CERAMIC's masih manual dan berupa kertas (brosur, *mouth to mouth*). Sistem pemasaran dan *database* berbasis internet juga belum dimanfaatkan, karena kurangnya pemahaman mereka tentang *e-commerce*. Sistem seperti ini tidak efektif, bukan hanya terbatas waktu tetapi juga tidak efisien dalam biaya. Sistem pemasaran seperti ini membuat pengetahuan

konsumen tentang produk kurang begitu jelas yang tentunya akan berimbas kepada kurangnya minat konsumen terhadap keramik dinoyo.

E-commerce atau perdagangan elektronis adalah salah satu perkembangan di bidang IT yang dapat digunakan untuk mempermudah pemasaran produk kepada konsumen. *E-commerce* merupakan cara yang efektif untuk memasarkan produk di tengah persaingan perdagangan global ini, yang menuntut para pelaku usaha memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen mulai dari informasi tentang produk atau informasi tentang toko itu sendiri. Banyaknya tantangan tersebut membuat para pelaku usaha tidak terkecuali UKM, mau tidak mau harus menerapkan IT untuk memasarkan produknya. Penggunaan *E-commerce* bukan hanya untuk mempermudah konsumen saja, tetapi juga mempermudah pemilik toko, misalnya untuk memeriksa data hasil penjualan dalam satu hari atau satu bulan. Selain itu, toko akan lebih dikenal oleh masyarakat luas karena produk yang dipasarkan dapat diakses oleh jutaan atau bahkan lebih manusia, baik dari dalam maupun luar negeri. Sehingga akan lebih memanjakan konsumen khususnya bagi mereka yang sibuk dan tidak mempunyai waktu luang yang panjang.

Terdapat beberapa perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan untuk membuat *website e-commerce*, salah satunya adalah CMS (*Content Management System*) *Joomla*. *Joomla* ini bersifat bebas dan terbuka (*free open source*), artinya dapat dikembangkan oleh siapapun dan berlisensi publik atau gratis. Perangkat lunak ini menggunakan Apache sebagai webserver, bahasa PHP untuk skrip dan *MySQL* untuk penyimpanan basis datanya. *Joomla* secara terus menerus dikembangkan melalui berbagai aktivitas oleh komunitas komunitas yang sangat aktif dan tertarik dengan sistem ini. Hal ini yang kemudian mempermudah pengguna termasuk orang awam untuk menggunakannya, karena tersedia banyak versi dan masing masing mempunyai daya tarik tersendiri, baik dari segi kelebihan maupun kekurangannya. Jadi, *Joomla* versi terbaru tidak selalu lebih unggul dari *Joomla* versi sebelumnya.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dirasa perlu untuk dilakukan penelitian serta perancangan sebuah *website e-commerce* dengan menggunakan *Joomla* untuk meningkatkan pemasaran cenderamata CERAMIC's Usaha Kecil Menengah Keramik Dinoyo Malang sehingga mampu meningkatkan omset penjualan produk keramik.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran cenderamata CERAMIC's masih manual, yaitu masih serba brosur dan terbatas pada pameran sehingga pemasaran hanya bersifat lokal.
2. Data produk (jenis produk, jumlah produk, harga produk, dll) dan data penjualan (transaksi penjualan, jumlah barang yang laku, dll) masih berupa kertas.
3. Kurangnya pemahaman tentang *e-commerce*, yaitu sistem pemasaran dengan daya jangkau yang luas, mudah dan murah.
4. Belum memanfaatkan sistem *database* dan pemasaran berbasis internet.

1.3 Rumusan Masalah

Setelah masalah diidentifikasi, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, "Bagaimana merancang, membangun dan menguji-cobakan sistem informasi pemasaran berbasis internet untuk meningkatkan pemasaran produk cenderamata CERAMIC's?"

1.4 Batasan Masalah

Setelah perumusan masalah, untuk mendapatkan hasil yang optimal dan sesuai dengan permasalahan yang ada, maka penulis memberikan batasan sebagai berikut :

1. Tidak membahas secara detail tentang transaksi bank yang terjadi.
2. *Website e commerce* yang dibuat hanya sebatas level *prototype*.
3. Permasalahan biaya yang akan dibahas hanyalah harga produk yang akan ditampilkan di *interface* sebagai gambaran umum proses transaksi jual beli, tidak mengarah ke sistem akuntansi.
4. Tidak membahas sistem keamanan transaksi secara mendetail.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dibuat adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan, tetapi masih berada dalam batasan masalah yang ada, yaitu :

1. Merancang sistem *database* transaksi pemasaran dan penjualan cenderamata CERAMIC's.

2. Membangun aplikasi *e-commerce* dengan CMS *Joomla* untuk meningkatkan pemasaran cenderamata CERAMIC's.
3. Menguji-cobakan sistem *database* dan aplikasi *e-commerce* kepada cenderamata CERAMIC's.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi ini adalah :

a. Segi Aplikatif :

Merupakan alternative cara pemasaran yang lebih baik untuk pemilik cenderamata CERAMIC's, demi menaikkan omset penjualan, serta bisa menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas tempat dan waktu.

b. Segi Akademik

Merupakan sumbangan pemikiran ilmiah dengan cara mengintegrasikan konsep *database*, pemasaran dan produk keramik yang dikemas dalam bentuk aplikasi sistem *e-commerce* (*electronic commerce*)

