

## BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini, serta batasan masalah untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar lebih terfokus.

### 1.1. Latar Belakang

Pada era global seperti sekarang ini, aktifitas penduduk Indonesia sangat didukung dengan media *online* yaitu internet. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Internet World Stats*, Indonesia berada pada peringkat pertama pengguna internet terbesar di Asia dengan total 55 juta pengguna di Tahun 2011. Berdasarkan perolehan data statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa sekitar 23% penduduk Indonesia telah secara aktif menggunakan internet. Internet secara nyata mendatangkan banyak manfaat, seperti kemudahan akses informasi, kecepatan informasi, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Sehingga tren internet sejalan dengan perkembangan jaman telah menghasilkan *e-commerce* sebagai salah satu akses penjualan di dunia maya yang dapat dikenakan untuk barang dan jasa. Di bawah ini adalah statistik populasi pengguna internet di dunia pada bulan Desember 2011.

Tabel 1.1. Data Statistik Populasi Pengguna Internet di Dunia

<b>WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS December 31, 2011</b>						
World Regions	Population (2011 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2011	Users % of Table
<a href="#">Africa</a>	1,037,524,058	4,514,400	139,875,242	13.5 %	2,988.4 %	6.2 %
<a href="#">Asia</a>	3,879,740,877	114,304,000	1,016,799,076	26.2 %	789.6 %	44.8 %
<a href="#">Europe</a>	816,426,346	105,096,093	500,723,686	61.3 %	376.4 %	22.1 %
<a href="#">Middle East</a>	216,258,843	3,284,800	77,020,995	35.6 %	2,244.8 %	3.4 %
<a href="#">North America</a>	347,394,870	108,096,800	273,067,546	78.6 %	152.6 %	12.0 %
<a href="#">Latin America / Carib.</a>	597,283,165	18,068,919	235,819,740	39.5 %	1,205.1 %	10.4 %
<a href="#">Oceania / Australia</a>	35,426,995	7,620,480	23,927,457	67.5 %	214.0 %	1.1 %
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>6,930,055,154</b>	<b>360,985,492</b>	<b>2,267,233,742</b>	<b>32.7 %</b>	<b>528.1 %</b>	<b>100.0 %</b>

Sumber : *Internet World Stats*-[www.internetworldstats.com/stat.htm](http://www.internetworldstats.com/stat.htm)

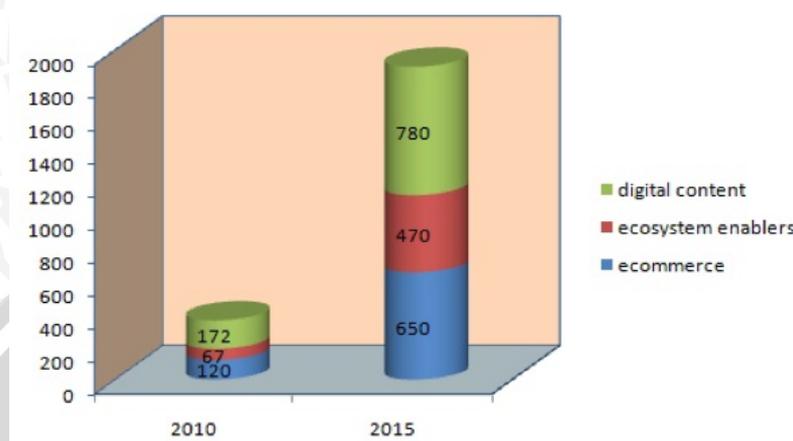
Dari hasil data statistik diatas benua Asia menempati posisi pertama yang mengalami peningkatan dalam pengguna internet. Dalam hal ini Indonesia memegang pengaruh besar, baik penggunaan internet untuk media sosial ataupun media promosi bisnis. Maka dari itu akan lebih efektif apabila kegiatan bisnis dipromosikan *online* seiring dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia.

Sekarang ini dunia bisnis sangat berkembang baik dalam bisnis barang ataupun jasa, seperti yang dilakukan oleh tokobagus.com yang memudahhi segala transaksi bisnis mulai dari properti, kendaraan, elektronik dan lainnya. Namun masih jarang yang berkompetisi mengomersialkan bisnis indekost di media pengiklan yaitu internet. Padahal kebutuhan akan rumah indekost sangat penting sekarang ini khususnya di Kota Malang, karena beberapa alasan antara lain masa tempuh kuliah yang lama, biaya yang terjangkau daripada hotel atau apartemen, dan sebagainya. Mengutip media bisnis jatim pendapat wakil walikota Malang, bahwa kontribusi besar anak indekost utamanya mahasiswa yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di Kota Malang sangat signifikan. Jumlah kiriman anak indekost melalui bank mencapai Rp 200 miliar setiap bulan. Kondisi tersebut, mengindikasikan Kota Malang sebagai Tri Bina Cita yang salah satunya adalah sebagai kota pendidikan yang banyak diminati yang memiliki sekitar 27 perguruan tinggi di kawasan Malang Raya. Selain itu, Kota Malang juga layak disebut sebagai miniaturnya Indonesia karena mahasiswa berasal dari hampir seluruh pelosok tanah air ada di Indonesia ([www.bisnisjatim.com](http://www.bisnisjatim.com)).

Maka dari itu kurang efektif apabila perkembangan rumah indekost tidak diiringi dengan pemanfaatan teknologi untuk mempromosikan usaha. Sekarang ini masih sedikit media yang menyajikan info tentang rumah indekost dan kebanyakan bersifat general dan tidak spesifik. Seperti kondisi saat ini, sebagian besar dari calon mahasiswa yang akan kuliah di suatu universitas, jauh hari calon mahasiswa baru harus mempersiapkan waktu untuk datang dari daerah asalnya hanya untuk mencari indekost yang nantinya akan menjadi tempat tinggal mereka. Sedangkan sesampainya di tempat tujuan, masih terkendala lokasi yang belum diketahui secara spesifik sehingga menghabiskan banyak waktu untuk mendatangi satu demi satu rumah indekost, atau ada yang hanya mempercayakan kepada kerabat untuk mencarikan rumah indekost dan pada akhirnya tidak sedikit yang merasa kurang puas dengan rumah indekost yang ada. Promosi *offline* sisi pemilik indekost yang masih menggunakan selebaran brosur, atau pamflet yang ditempel di tiang listrik atau pagar rumah juga dinilai kurang efektif. Keadaan tersebut tidak memaksimalkan promosi, sehingga diperlukan perbaikan metode dalam hal pengiklanan jasa, dan metode yang sesuai, efektif dan efisien adalah dengan menggunakan *e-commerce*.

Perkembangan tren *e-commerce* di Indonesia sangat cocok untuk dikenakan di bidang bisnis indekost untuk mahasiswa seperti penjelasan di awal. Bisnis indekost memiliki prospek yang bagus. Sehingga *trend e-commerce* dapat menjadi solusi bisnis

dengan berbagai kemudahan informasi dan transaksi. *E-Commerce* sangat vital dikalangan dunia bisnis berbasis komputer dan *website* yang selaras dengan *digital content* atau mesin digital ([www.wartaekonomi.co.id](http://www.wartaekonomi.co.id)). Berikut ini disajikan sebuah proyeksi data perkembangan *e-commerce* dari tahun 2010 hingga tahun 2015.



Gambar 1.1. Proyeksi Bisnis *E-commerce* di Indonesia

Sumber: <http://www.wartaekonomi.co.id>

Dari data proyeksi diatas *ecommerce* akan semakin mewarnai dunia bisnis *online* di Indonesia. Sehingga nantinya *website e-commerce* harus bisa bersaing di media pengiklanan internet sehingga memperoleh *traffic* atau pengunjung yang banyak. Dalam membangun sebuah *website* agar banyak dikunjungi oleh pengguna sangat perlu memperhatikan tentang teknik – teknik pengoptimasian, salah satunya dengan analisis *website* pesaing dengan *keyword* yang banyak digunakan di dunia pencarian *google*. Untuk bisnis indekost maka diperlukan sebuah analisis *keyword* yang berhubungan dengan kata kunci indekost. Berikut merupakan data yang didapat dari *google adwords* yang berupa jumlah penelusuran bulanan dengan menggunakan kata kunci indekost.

Tabel 1.2. Jumlah pencarian menggunakan *keyword* kost pada September 2012

<i>keyword</i>	<i>competition</i>	pencarian secara global bulanan	pencarian secara lokal bulanan
kost kota malang	low	260	260
info kost malang	low	480	480
kost di malang	low	2400	2400
rumah kost malang	medium	720	720
Iklan kost malang	-	-	-
kost malang	low	5400	4400

Sumber : *google adwords* bulan September 2012

Dari hasil pencarian menggunakan kata kunci kost yang disajikan diatas, *keyword* kost malang adalah paling banyak digunakan, dengan kompetisi yang rendah. Hal ini perlu diperhatikan untuk nantinya dalam pembuatan nama domain, nama domain sangat mempengaruhi banyaknya pengunjung di *website*. Kata kunci kost malang adalah yang paling banyak, dengan kata lain nama domain disesuaikan dengan *keyword* kost malang. Kompetisi yang rendah berhubungan dengan pengiklanan di *google*. Semakin kompetensi rendah akan semakin besar peluang menampilkan *website* di ranking satu halaman *google*.

Kemudian dalam menggunakan teknik pengoptimasian (*search engine optimization*) agar sebuah *website* mudah mendapatkan ranking pertama, besar kapasitas *website* juga perlu diperhatikan karena mempengaruhi banyaknya pengunjung. Kapasitas *website* diutamakan yang ringan dan dinamis sehingga cepat dalam menampilkan *interface*, maka untuk memiliki sebuah tampilan *website* yang baik dapat menggunakan *cms* yang banyak disediakan di internet. Permasalahan muncul ketika aplikasi *cms* indekost tersebut ingin dikembangkan lebih lanjut oleh pengguna, akan memakan waktu yang lama, karena harus mempelajari alur sistem dari *cms* indekost tersebut dari awal.

Permasalahan di atas bisa diselesaikan dengan membuat sebuah *cms* indekost secara mandiri dengan memanfaatkan *framework Codeigniter*. *Framework Codeigniter* menggunakan konsep *Model View Controller (MVC)*, dimana antara logika aplikasi, *business process* dan tampilan aplikasi berdiri secara terpisah. *Framework Codeigniter* juga menyediakan berbagai *library* dan dokumentasi yang lengkap, sehingga aplikasi *cms* indekost bisa dibangun dengan cepat dan mudah. Dari penelitian ini, diharapkan dapat menghasilkan sebuah aplikasi *cms* indekost yang ringan, cepat, hemat sumber daya dan mudah dalam pengembangan ke depannya nanti.

Mengarah pada latar belakang di atas maka penulis ingin merancang, mengembangkan, serta mengujicobakan *website e-commerce* yang menghubungkan antara kebutuhan pencari indekost dan pemilik indekost, sehingga calon mahasiswa tidak perlu merasa bingung mencari tempat indekost. Oleh karena itu, dalam kegiatan penelitian ini disusun sebuah judul yaitu “Perancangan *Website E-Commerce* Guna Membangun Sistem Layanan Informasi Bisnis Indekost dengan Menggunakan *CodeIgniter*”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan media cetak yang tidak menjangkau wilayah secara luas sebagai media promosi tempat indekost, sehingga layanan informasi menggunakan media cetak untuk tempat indekost dinilai kurang efektif.
2. Perkembangan bisnis indekost yang belum diimbangi pemanfaatan teknologi untuk media promosi, sehingga promosi dilakukan masih menggunakan cara manual.
3. Pencarian dan pemesanan tempat indekost yang dilakukan secara survei langsung dinilai kurang efektif karena membutuhkan waktu yang lama, tenaga, dan akomodasi.
4. Masih sedikitnya *website* yang mewadai tentang sistem *database* informasi tempat indekost dari pencarian sampai pemesanan, biasanya yang terdapat hanyalah sebuah *website* yang didalamnya terdapat lokasi tempat indekost saja.

## 1.3. Rumusan Masalah

Setelah dilakukan identifikasi masalah, maka diperlukan perumusan permasalahan yang selanjutnya akan dijadikan titik fokus penelitian, yaitu: “Bagaimana merancang, mengembangkan, serta mengujicobakan sebuah *website e-commerce* yang mendukung sistem *database* untuk layanan informasi bisnis indekost ?”

## 1.4. Batasan Masalah

Masalah di atas perlu disesuaikan dengan waktu, biaya, dan tingkat penelitian yang hendak dicapai, batasan masalah yang dikenakan adalah:

1. Lokasi yang dijadikan penelitian adalah lokasi disekitar Universitas Brawijaya di Kota Malang.
2. Pembahasan permasalahan ditekankan kepada perancangan *website e-commerce* menggunakan *codeigniter*.
3. Tidak membahas mengenai analisis biaya pembuatan *website*
4. Tidak membahas detail tentang transaksi bank yang terjadi.
5. Tidak membahas secara detail analisis biaya *website*.
6. *Website e-commerce* disajikan dalam bentuk *prototype*.

### 1.5. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab permasalahan diatas, maka perlu adanya penetapan tujuan untuk memudahkan pencapaian serta pengukuran hasil penelitian. Adapun tujuan dari kegiatan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Merancang sistem *e-commerce* untuk bisnis indekost yang membantu serta menyediakan informasi pencarian dan pemesanan tempat indekost mahasiswa yang dapat diakses secara *online*,
2. Merancang sistem *database* sehingga tersimpan dengan baik dan rapi,
3. Mengembangkan sistem *e-commerce* untuk bisnis indekost, dan
4. Melakukan uji coba terhadap *website e-commerce* .

### 1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini dilihat dari sisi akademik dan sisi aplikasi adalah sebagai berikut :

#### 1.6.1 Dari sisi akademik

Manfaat dari sisi akademik adalah sebagai berikut :

1. Dapat lebih memperdalam kompetensi di bidang teknologi informasi, perancangan sistem, pemrograman *website*, serta pemahaman tentang dunia perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

#### 1.6.2 Dari sisi aplikasi

Manfaat dari sisi aplikasi adalah sebagai berikut :

1. Dari segi pemilik indekost
  - a. Dapat siap sedia 24 jam.
  - b. Menjangkau pangsa pasar yang ditargetkan.
  - c. Biaya pemasaran yang lebih terjangkau.
  - d. Sistem otomatisasi yang responsif.
2. Dari segi pencari indekost
  - a. Memudahkan pencarian dan pemesanan tempat indekost.
  - b. Memudahkan akses serta memberikan kecepatan informasi.