

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Internet adalah sumber informasi terbesar saat ini yang menyimpan milyaran laman informasi dan akan terus bertambah setiap saat. Total ada sekitar 2,69 milyar laman situs aktif (<http://www.worldwidewebsize.com>, diakses tanggal 5 November 2013), dan lebih dari 2,4 milyar pengguna aktif atau sekitar 34% penduduk dunia (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, diakses tanggal 5 November 2013). Jumlah itu menjadikan internet menjadi sebuah sumber informasi yang tidak terbatas sekaligus sebagai pasar yang potensial untuk melakukan promosi di bidang usaha. Jumlah dari situs dan pengguna aktif diprediksi masih akan terus bertambah jumlahnya.

Dengan semakin bertambahnya pengguna internet, khususnya di Indonesia, maka biaya aksesnya akan menjadi lebih murah, bahkan, sekarang internet berkecepatan tinggi sudah dapat di akses dengan menggunakan *handheld* yang praktis dan bisa dibawa kemana saja. Operator penyedia jasa layanan internet pun semakin banyak dan semakin beragam, diantaranya: 1) Telkomsel; 2) Axis; 3) XL; 4) Esia; 5) Smartfren; 6) Telkom Speedy; 7) Biz.Net.

Tabel 1.1 Tarif internet termurah dari tiap operator

No	Operator	Biaya	Kuota	Waktu	Speed up to
1	Telkomsel	Rp. 1500,-	20 MB	1 hari	3,6 Mbps
2	Axis	Rp. 500,-	5 MB	1 hari	1 Mbps
3	XL	Rp. 500,-	2 MB	1 hari	7,2 Mbps
4	Smartfren	Rp. 1000,-	20 MB	1 hari	3,1 Mbps
5	Esia	Rp. 2.000,-	<i>Unlimited</i>	1 jam	3,1 Mbps
6	Biz.Net	Rp. 250.000,-	<i>Unlimited</i>	1 bulan	2 Mbps + Cable TV
7	Speedy	Rp. 5000,-	300 MB	1 hari	512 kbps

Dari tabel diatas, bisa kita simpulkan bahwa saat ini, harga akses internet sudah lebih murah. Sebagai perbandingan, pada bulan Agustus tahun 2007, Telkomsel mematok harga Rp 1.990.000,- untuk bundling Kartu Simpati dan modem USB pada jaringan 3G. Untuk harga paketnya, dimulai dari Rp 350,- per menit, sampai Rp 800.000,- per bulan dengan maksimal akses selama 250 jam (<http://www.telkomsel.com/about/news/363-Peluncuran-Telkomsel-Flash-di-Palembang.htm>, diakses pada tanggal 5 November 2013).

Pada tabel, operator yang beroperasi di jaringan GSM, diwakili oleh tiga operator yaitu Telkomsel, Axis, dan XL. Jangkauan harganya dimulai dari Rp 500,- sampai Rp 1500,- yang termahal.

Sedangkan untuk operator yang beroperasi di jaringan CDMA, Smartfren dan Esia bersaing mendapatkan pelanggan dengan paket-paket *unlimited* dengan variasi harga dan juga kecepatan. Dimulai dengan harga Rp 1.000,- pada Smartfren sampai Rp 2.000,- pada Esia.

Telkom Speedy, sebagai salah satu pemimpin di bidang penyedia jasa layanan internet rumahan atau *fixed line*, saat ini harus bersaing dengan beberapa perusahaan serupa. Salah satunya Biz.Net yang menjanjikan kecepatan dan stabilitas koneksi. Di kategori Fixed line ini, harga akses dimulai dari Rp 5.000,- pada Speedy sampai Rp 250.000,- untuk Biz.Net dengan tambahan layanan TV kabel.

Biaya akses internet yang lebih murah, dan lebih cepat, menjadikan pengguna internet khususnya di Indonesia, mengalami peningkatan yang sangat pesat. Ditambah lagi bermunculannya situs-situs jejaring sosial yang akhirnya menarik kalangan remaja dan anak-anak untuk menggunakan internet. Bahkan, sekarang jejaring sosial pun menjadi media yang digunakan oleh para elit politik untuk merengkuh dukungan. Contohnya pada gelaran pemilu Amerika Serikat pada medio 2007/2008, dimana Barack Obama merengkuh banyak dukungan melalui Facebook. (<http://www.theguardian.com>, diakses pada tanggal 8 Oktober 2013).

Didasari oleh beberapa hal tersebut, internet saat ini sudah menjadi suatu hal yang umum, maka hampir seluruh perusahaan menjadikan internet sebagai sarana untuk melakukan promosinya. Misalnya produsen *apparel outdoor* terkemuka, Karrimor yang membuat *subdomain* <http://store.karrimor.com/> untuk *showroom online* mereka. Dengan internet, para pelaku usaha dapat mempromosikan komoditasnya tanpa terikat waktu, tempat, maupun kondisi geografis.

Dengan menggunakan internet sebagai media promosi, ada beberapa keuntungan dan kelemahan. Keuntungan yang didapatkan, diantaranya: 1) Tidak terikat tempat dan waktu. Internet selalu hidup 365 hari dalam setahun dan dapat diakses dimana saja; 2) Dengan luasnya dunia internet, maka komoditas yang diperjual belikan lebih banyak, dan lebih beragam; 3) Internet memungkinkan kita mengakses konten dari seluruh dunia dalam hitungan detik. Artinya adalah efisiensi waktu, tenaga, dan modal; 4) Sistem Internet Banking, membuat proses transaksi dapat dilakukan tanpa harus beranjak dari depan layar monitor; 5) Memudahkan pembeli barang untuk mencari komoditas yang tidak diperjual belikan di daerahnya. Contohnya : Orang yang tinggal di kota London akan kesulitan untuk mencari penenun kain Ulos di kotanya, dan akan dengan mudah menemukannya di Internet.

Sedangkan kelemahan dari proses jual beli secara online, diantaranya: 1) Rawan terjadinya penipuan; 2) Ada biaya tambahan untuk pengiriman komoditas; 3) Karena melalui proses pengiriman, maka ada tenggang waktu bagi komoditas untuk sampai di tujuan; 3) Tidak dapat mencoba dan melihat secara langsung komoditas yang ditawarkan; 4) Jika komoditas yang ditawarkan berupa jasa, ada kemungkinan keterbatasan *vendor* penyedia jasa dalam memenuhi permintaan. Seperti keterbatasan area pelayanan jasa.

Meninjau dari kelebihan dan sedikit kelemahan dari jual beli secara online, maka Toko komputer dan warnet Belonjo Online yang berlokasi di Perum Graha Central City, Jl. Untung Suropati no.166, Lasem, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah ini melihat peluang tersebut sebagai salah satu solusi untuk menghadapi

persaingan bisnis. Atas dasar itu, Manajemen Belonjo Online memutuskan untuk membuat sarana promosi di internet demi menjaga persaingan dengan kompetitor.

Langkah yang diambil oleh manajemen Belonjo Online adalah merancang layanan yang disebut dengan *out-store service*. Layanan *out-store*, adalah layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang berada di luar toko. Layanan *out-store* adalah layanan yang diberikan kepada pelanggan, khususnya yang memiliki kendala untuk datang langsung ke toko, untuk tetap mendapatkan informasi dari toko. Layanan *out-store* diwujudkan dengan membangun sebuah website yang memuat informasi produk yang berupa katalog dari komoditas yang dijual di toko Belonjo Online itu sendiri.

Dengan adanya layanan *out-store service*, pelanggan dapat langsung mengetahui info terkini komoditas yang dijual di toko Belonjo Online, tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Layanan ini akan sangat membantu bagi pelanggan yang tidak memiliki keleluasaan waktu dan tempat, karena saat ini pelanggan dari area sekitar Lasem, Kota Rembang, dan sekitarnya masih harus memeriksa keberadaan stok barang langsung ke toko. Cara ini kurang efisien, karena tidak menghemat biaya, tenaga dan waktu.

Berdasarkan sejumlah pertimbangan dan realitas tersebut, perlu dilakukan penelitian berupa penelusuran mengenai perancangan sistem informasi penjualan berbasis website pada toko komputer Belonjo Online. Penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih jauh hal tersebut dengan membatasi perancangan website penjualan ini dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML, php dan

pengolah database MySQL, dengan judul: PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN PADA TOKO KOMPUTER 'BELONJO ONLINE'.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut: "Bagaimana cara membangun sebuah website, yang mampu merepresentasikan toko Belonjo Online, serta mewujudkan pelayanan *out-store*?"

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dibahas dapat lebih terfokus, maka terdapat beberapa pembatasan masalah. Diantaranya adalah :

1. Lingkungan penelitian hanya sebatas Toko Belonjo Online.
2. Aplikasi ini dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML, PHP, dan Javascript. MySQL sebagai pengelola database , dan APACHE sebagai web server.
3. Perancangan aplikasi hanya mencakup profil dari perusahaan, katalog penjualan, dan halaman administrator sebagai pusat kontrol dari aplikasi

Aplikasi berbasis web, dimana pengoprasian dari aplikasi ini membutuhkan sambungan internet.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Membangun sebuah sistem informasi penjualan yang berbasis website pada toko Belonjo Online.
2. Meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi era internet.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, yaitu untuk kepentingan akademis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga bagi perkembangan dunia informatika.
2. Secara praktis, yaitu bagi kepentingan:
 - a. Penulis, penelitian ini merupakan suatu media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perancangan sistem informasi berbasis website.
 - b. Guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata I pada STMIK AMIKOM, Yogyakarta.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena variabel penelitian yang digunakan adalah variabel tunggal (univariat) atau bisa disebut juga dengan variabel mandiri. Menurut Sugiyono, "Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif dapat dilakukan terhadap variabel tunggal yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain" (Sugiyono, 2006: 11).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sugiyono mengemukakan bahwa, "Kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang dialami

(sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci” (Sugiyono, 2010: 1).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi lapangan (Field Research)

Studi lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menyeleksi data yang diperoleh di lokasi penelitian. Kegiatan studi lapangan meliputi :

- a. Wawancara (interview), yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya-jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan. Jenis wawancara dalam penelitian yang penulis lakukan adalah wawancara berstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Menurut Lexy J. Moleong, “Wawancara berstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan” (Moleong, 2007: 190).

Sementara wawancara tidak berstruktur menurut Sugiyono adalah: “Wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya” selanjutnya, “pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan” (Sugiyono, 2010: 72).

Penggunaan dua jenis wawancara ini dilakukan guna memperoleh informasi yang lebih lengkap dan bisa memenuhi kebutuhan data dalam penelitian ini.

- b. Observasi, menurut Nasution yang dikutip oleh Sugiyono, "Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan hanya diperoleh dari observasi" (Sugiyono, 2010: 64). Sedangkan menurut Patton, seperti yang dikutip Sugiyono observasi akan bermanfaat untuk: 1) Penyusunan lebih memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang holistik; (2) memperoleh pengalaman langsung, sehingga memungkinkan penyusunan untuk menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep atau pandangan sebelumnya; (3) penyusunan akan dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati oleh orang lain; (4) penyusunan dapat menemukan hal-hal yang tidak terungkap dalam wawancara; (5) menemukan hal-hal diluar responden; (5) memperoleh kesan-kesan pribadi dan merasakan situasi sosial yang diteliti. (Sugiyono, 2010: 67).

Observasi digunakan penulis guna mendapatkan keterangan dan fakta-fakta yang lengkap sesuai dengan keadaan di lapangan terkait

perancangan sistem informasi penjualan pada toko komputer Belonjo Online.

2. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data yang bersumber pada buku-buku, literatur serta dokumentasi yang memiliki relevansi dengan topik penelitian yaitu tentang perancangan sistem informasi berbasis website.

Dalam penelitian kualitatif, sumber informasi yang diperlukan untuk memberikan penjelasan fenomena ataupun masalah yang terjadi di lokasi penelitian disebut informan. Agar data yang diperlukan bisa didapatkan secara tepat dan terperinci, pemilihan informan dilakukan melalui teknik *purposive*.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan, maka sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Adapun isi dari bab I meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan segala dasar teori yang mendukung pembuatan sistem.

3. Bab III Analisis dan Perancangan System.

Pada bab ini akan menguraikan tentang analisis dan perancangan sistem, terdiri dari analisis sistem, analisis dan rancangan tabel, rancangan perangkat lunak yang terdiri dari spesifikasi kebutuhan dan deskripsi perangkat lunak.

4. Bab IV Implementasi System

Bab ini berisi tentang implementasi system dalam keseharian, termasuk di dalamnya adalah pengujian system.

5. Bab V Kesimpulan

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

