

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jasa konstruksi sebagai salah satu penopang pembangunan untuk mencapai pemenuhan infrastruktur suatu negara otomatis mengakibatkan banyaknya perusahaan yang tertarik untuk menekuni bidang tersebut. Banyaknya perusahaan dalam bidang jasa konstruksi tentunya membuat persaingan antar perusahaan dalam mempromosikan jasanya kepada calon pelanggan menjadi terbatas.

Perusahaan jasa konstruksi dalam hal ini yang hanya berkonsentrasi di skala kecil dalam menyediakan jasa seperti renovasi, membangun, dan membongkar sebuah bangunan tentu saja lebih mudah berkompetisi ketika memperkenalkan usahanya yang spesifik. Terutama ketika masyarakat dari golongan menengah dan golongan kebawah yang tidak begitu memerlukan jasa konstruksi yang berskala besar dengan masalah biaya jasa yang cukup besar. Ada beberapa pengusaha yang melihat masalah itu dan menyediakan bagi masyarakat yang membutuhkan jasa konstruksi dengan biaya cukup terjangkau tanpa mengorbankan kualitas.

PB. ASA merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan kesempatan untuk calon pelanggan yang berkeinginan memesan jasa konstruksi untuk skala kecil. Awal mula ketika PB. ASA berkembang untuk

memenuhi permintaan pelanggan akan pemesanan jasa dapat teratasi dengan baik. Tetapi semakin kedepan kemunculan berbagai bidang usaha sejenis menimbulkan kemunduran dalam hal pemesanan dan promosi. Masalah kemunduran dalam hal pemesanan dari calon pelanggan kepada PB. ASA yaitu terlihat dari sistem yang masih berupa metode manual melalui tatap muka akhirnya menyebabkan sebagian besar calon pelanggan kesulitan ditambah kesibukan dan keengganan calon pelanggan PB. ASA pada segmen kalangan menengah kebawah untuk melihat detail keunggulan harga yang ditawarkan perusahaan. Selain itu ini berbanding lurus dengan kesulitan promosi yang dilakukan kepada calon pelanggan dikarenakan terbatasnya media promosi dan makin banyaknya pilihan penyedia jasa konstruksi.

Adapun aspek keunggulan PB. ASA yang ingin ditawarkan pada calon pelanggan terbatas pada spek harga penawaran. Harga penawaran ini yang nantinya merupakan total dari setiap rencana konstruksi yang akan dipesan oleh pelanggan.

Penulis melihat bahwa kemunduran jumlah pemesanan yang juga bersumber dari cara promosi manual bisa diselesaikan. Berdasar hal itu penulis menawarkan ide untuk merancang sebuah website yang akan berfungsi sebagai media promosi interaktif. Web yang akan dirancang ini ditujukan untuk calon pelanggan yang tadinya kesulitan mendapat informasi keunggulan yang ditawarkan PB.ASA dan dapat menjadi media promosi yang nantinya mendatangkan keuntungan dalam segi pemesanan.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian pada PB. ASA menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan dalam hal ini mengalami kesulitan promosi dalam hal Jasa Konstruksi, maka penulis merumuskan permasalahan yaitu “bagaimana merancang website sebagai media pemesanan jasa konstruksi yang berbasis flash interaktif, sehingga dapat mengembangkan promosi pada PB. ASA?”.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada hal :

1. Perancangan website sebagai suatu media promosi
2. Pembuatan *web* yang berbasis flash yang mencakup fitur pemesanan jasa konstruksi
3. Penawaran informasi tentang perusahaan dalam bentuk website dengan memakai software yaitu *dreamweaver, adobe flash, mysql*

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merancang sebuah media promosi online yang dapat memberi kemudahan dalam memperoleh informasi.
2. Menambah daya tarik bagi calon pelanggan untuk memilih produk jasa yang ditawarkan
3. Memenuhi salah satu persyaratan dalam penyelesaian program Strata Satu (S1) Teknik Informatika pada STMIK AMIKOM Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

1. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas pada perusahaan dengan mengurangi pemakaian kertas untuk brosur atau katalog.
2. Memperkuat jaringan hubungan kerja perusahaan dengan mitra kerja lainnya.

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode antara lain :

1. Studi Pustaka

Metode ini digunakan untuk memperoleh data teori dan sekunder yang berhubungan dengan penulisan skripsi yaitu dengan mengumpulkan data literatur, membaca buku, artikel ataupun jurnal di internet

2. Observasi

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek dalam hal ini perusahaan PB. ASA secara langsung.

3. Wawancara

Berdiskusi secara tatap muka membahas mengenai permasalahan yang berhubungan dengan sistem promosi yang ada sehingga dapat dicari solusinya akan sebuah perancangan website berisi informasi mengenai keunggulan perusahaan dan sebagai media pemesanan pelanggan.

1.7 Sistematika Penulisan

Garis besar skripsi ini disusun dalam 5 bab antara lain

Bab I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi serta sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan landasan teori yang diperoleh dengan melakukan studi pustaka sebagai landasan dalam melakukan penelitian.

Bab III ANALISIS dan PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini diuraikan mengenai analisis sistem yang berjalan, analisis hasil solusinya dan analisis sistem yang diusulkan.

Bab IV IMPLEMENTASI dan PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan hasil dari tahapan penelitian, dari tahap analisa, implementasi desain dan berupa hasil testing.

Bab V PENUTUP

Bab ini merupakan akhir dari penulisan skripsi, di mana akan dijelaskan kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan sebelumnya serta saran-saran pengembangannya.