

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampanye gemar makan ikan di seluruh Indonesia sedang digencarkan oleh menteri kelautan dan perikanan Fadel Muhammad. Hal ini dikarenakan rendahnya tingkat konsumsi ikan nasional yang hanya 30,41 kilogram perkapita. Dan diharapkan melalui program ini akan terjadi peningkatan konsumsi ikan rata-rata nasional mencapai 38 kilogram per kapita pada tahun 2014.

Rendahnya konsumsi ikan di Indonesia ini disebabkan karena ada kelangkaan ikan yang memicu harga ikan menjadi mahal. Hal ini disebabkan karena minimnya strategi pemasaran dalam mendistribusikan ikan yang berdampak pada ketidakrataan distribusi ikan di Indonesia, sehingga daerah Indonesia Timur yang rata-rata penduduknya berprofesi sebagai nelayan mengkonsumsi ikan lebih banyak dibandingkan dengan Pulau Jawa (diakses dari www.tempointeraktif.com tanggal 13 November 2011).

Strategi pemasaran ikan yang biasa diterapkan adalah dengan sistem pemasaran berantai, seperti yang diungkapkan oleh Noviana Citra Dewayanti dalam penelitiannya tentang Analisa Pemasaran Ikan Laut Segar. Nelayan akan menjual hasil tangkapannya kepada pedagang besar, pedagang besar akan menjualnya kepada pedagang pengecer dan berakhir

dikonsumen, atau terdapat pula alur pemasaran yang lain yaitu, nelayan → pedagang pengecer → pedagang besar → depot → TPI → konsumen akhir. Strategi pemasan seperti ini tidaklah efektif karena harga ikan akan melambung tinggi dan kondisi ikan menjadi kurang baik karena terlalu lama disimpan.

CV. ATSR Ikan Laut merupakan distributor ikan laut yang berdiri sejak tahun 2009 di Kota Batang Jawa Tengah. CV. ATSR mendapatkan komoditi ikan langsung dari TPI Kota Batang yang kemudian didistribusikan kepada pedagang besar di wilayah Kendal, Yogyakarta dan Bali. Alur pemasaran yang dipakai oleh CV. ATSR yaitu, nelayan → TPI → CV. ATSR → pedagang besar → pedagang pengecer/konsumen. Namun strategi pemasaran yang diterapkan belum mampu merambah ke tingkat nasional karena keterbatasan media pemasaran, sehingga di CV. ATSR ini perlu membuat sistem pemasaran yang dapat diakses dengan mudah dari berbagai tempat diseluruh Indonesia yaitu pemasaran sistem informasi berbasis web.

Website digunakan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa layanan atau yang disebut dengan promosi sebuah perusahaan kepada pengguna internet. Untuk itu website yang ditampilkan haruslah memiliki interface yang bagus, menarik dan dinamis sesuai dengan bidang yang dikelola oleh sebuah perusahaan. Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis, banyak perusahaan memanfaatkan website sebagai strategi pemasaran. Dan jika web ini di aplikasikan pada CV. ATSR maka pangsa

pasar dari CV. ATSR ini akan semakin luas dan konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi lebih jelas mengenai komoditi ikan, kandungan gizi dalam ikan dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Pembuatan web pada CV. ATSR ini diharapkan dapat membantu program pemerintah dalam meratakan pendistribusian ikan laut dan ikut serta dalam meningkatkan konsumsi makan ikan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi pokok permasalahan adalah

1. Bagaimana merancang dan membangun sebuah sistem informasi pemasaran ikan laut berbasis website pada CV. ATSR di Kabupaten Batang Jawa Tengah?
2. Bagaimana peranan website dalam meratakan pendistribusian ikan laut di seluruh Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka batasan masalah dalam pembuatan sistem informasi pemasaran ikan laut berbasis web pada CV. ATSR yang akan dibuat dan dibangun adalah sebagai berikut:

1. Sistem akan berisi diskripsi jenis ikan, harga ikan, informasi cara bertransaksi secara online, dan profil tentang "CV. ATSR".
2. Sistem yang dibuat untuk melakukan pembayaran, dilakukan dengan mentranfer uang sebesar harga barang yang diinginkan ke rekening yang ditunjuk oleh "CV. ATSR".

3. Software yang digunakan untuk membuat Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web di "CV. ATSR" yaitu Macromedia Dreamweaver MX 2004 V 7.01 sebagai web editor, Xampp-win32-1.6.2 sebagai web server, Mozilla firefox sebagai web browser, Adobe Photoshop sebagai image editor, Script PHP sebagai Server Side Scripting, MySQL sebagai database editor, script HTML sebagai Client Side Scripting.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan dalam penulisan laporan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata I (S1) STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Menerapkan ilmu dan teori – teori selama mengikuti pendidikan ke dalam aplikasi nyata secara praktis guna membantu dan mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu dunia nyata.
3. Membuat sebuah sistem informasi pemasaran ikan laut berbasis web di CV. ATSR
4. Meratakan pendistribusian ikan laut dan meningkatkan konsumsi makan ikan di Indonesia.

1.5 Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian terutama pengumpulan data atau memperoleh data-data dari sumber untuk menyusun laporan ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian antara lain :

1. Metode Observasi

Yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap perusahaan, terutama pengamatan terhadap kegiatan perusahaan.

2. Metode Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung di CV. ATSR dalam melaksanakan atau menyelesaikan data yang diperlukan untuk dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

3. Metode Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku yang ada dipustaka maupun dokumen-dokumen yang relevan..

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini akan disusun secara sistematika ke dalam 5 bab, masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Diuraikan tentang latar belakang masalah mengapa tema ini diambil sebagai penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, dasar teori yang mendukung penulisan skripsi diantaranya website, perangkat lunak yang digunakan, bahasa pemrograman yang dipakai.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi tentang tinjauan umum dan analisis sistem penjualan yang dilakukan oleh CV. ATSR yang digunakan untuk titik ukur apakah sistem yang sudah ada hanya perlu dimodifikasi atau harus ada sistem baru yang dibangun untuk mempermudah dalam proses penjualan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN SISTEM

Dalam bab ini diuraikan implementasi dan perancangan sistem mulai dari pengimplementasian database dan pengimplementasian program secara keseluruhan, untuk selanjutnya dilakukan pengetesan sistem guna mengatasi apakah sistem masih terdapat kesalahan atau kekurangan program yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang ditujukan pada pihak yang terkait.