

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Internet mempunyai beberapa karakteristik dan keunggulan seperti mudah menyebar (*pervasiveness*), tidak mengenal batas (*borderless-ness*), real-time, berbiaya rendah (*low cost*), dan mempunyai interaksi yang tinggi (*high interaction*) (Ashbaugh et al., 1999). Internet mengintegrasikan teks, gambar, gambar bergerak, dan suara-suara (Debreceny et al., 2002). Karakteristik yang lengkap tersebut membuat internet dapat dengan mudah diterima dan menjadi sangat populer di masyarakat.

Keunggulan internet dibandingkan dengan media lain menyebabkan pertumbuhan jumlah pengguna internet terus meningkat tajam. Menurut Internet World Stats, dalam satu dasawarsa terakhir jumlah pengguna internet (*netter*) di dunia meningkat drastis.

Tabel 1.1 Pengguna Internet dan populasi di Indonesia.

YEAR	Users	Population	% Pes.	GDP p.c.*	Usage Source
2000	2.000.000	206.264.595	1.0 %	US\$ 570	ITU
2007	20.000.000	224.481.720	8.9 %	US\$ 1.916	ITU
2008	25.000.000	237.512.355	10.5 %	US\$ 2.236	AP, ITU
2009	30.000.000	240.271.522	12.5 %	US\$ 2.329	ITU
2010	30.000.000	242.968.342	12.3 %	US\$ 2.858	ITU

Note: Per Capita GDP in US dollars, source: United Nations Department of Economic and Social Affairs.

Source : <http://www.internetworldstats.com/asia/id.htm>

Dengan perkembangan teknologi internet yang sangat cepat, komunikasi melalui internet telah diadopsi oleh sektor bisnis sebagai alat yang penting untuk memberikan informasi. Perkembangan tersebut telah mempengaruhi bentuk tradisional penyajian informasi perusahaan. Internet dipandang sebagai salah satu media pelaporan yang penting, sehingga informasi tentang kinerja perusahaan dapat dijangkau oleh seluruh investor secara global, selain melalui cara-cara tradisional, oleh berbagai pihak seperti kreditor, pemegang saham, dan analis.

Internet menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin. Atas dasar itulah muncul suatu media tambahan dalam penyajian laporan transaksi melalui internet atau website yang lazim disebut Web Reporting.

Berdasarkan uraian di atas maka dalam penyusunan skripsi ini penulis mengambil judul **"ANALISIS DAN PERANCANGAN WEBSITE OTSYPULSA, DISERTAI DENGAN LAYANAN MONITORING DAN REPORTING AKSES TRANSAKSI PENJUALAN PULSA"**. Karena saat ini otsypulsa masih menggunakan sistem manual dalam media promosi maupun penyajian laporan terhadap konsumen seperti pembuatan brosur chat by yahoo messenger atau penyampaian langsung door to door.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, internet muncul sebagai suatu alternatif yang lebih baik sebagai media promosi maupun pelaporan transaksi.

Karena internet menawarkan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki media lain antara lain realtime, low cost, borderless, lebih cepat dan memungkinkan adanya interaksi yang tinggi.

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana memanfaatkan penggunaan teknologi internet sebagai media promosi pada otsypulsa dan mampu menyampaikan laporan transaksi pengisian pulsa kepada reseller secara cepat, tepat dan akurat?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembahasan skripsi ini penulis membatasi ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu bagaimana memanfaatkan website sebagai media promosi untuk meningkatkan kualitas penjualan dan mampu memberi layanan reporting secara realtime agar dapat dimonitoring oleh user atas transaksi yang dilakukannya.

Software yang digunakan untuk pembuatan website otsypulsa ini adalah : Macromedia Dreamweaver 8, Adobe Photoshop Cs2, Microsoft SQL Server 2005 Express Edition, XAMPP version 1.7.3.

1.4 Manfaat dan Tujuan Penelitian

Adapun manfaat dan tujuan pembuatan website otsypulsa ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai syarat kelulusan program Srata1 pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

- b. Menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta.

2. Bagi OtsyPulsa

- a. Memperluas jangkauan pasar.
- b. Menjadikan proses penjualan lebih fleksibel dari segi akses tempat dan waktu.
- c. Meningkatkan proses pemasaran dengan katalog *online* yang lengkap.
- d. Meningkatkan kualitas dalam segi penjualan dan Pelayanan terhadap konsumen.

3. Bagi Pelanggan

- a. Memudahkan untuk mencari dan mendapatkan informasi produk secara lengkap dan *up-to-date*.
- b. Mempermudah akses pengecekan transaksi berdasarkan periode waktu yang bisa ditentukan sendiri.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan skripsi ini sangat diperlukan sumber-sumber data dan informasi yang benar dan akurat sehingga dapat menjadi masukan yang berguna dalam proses penyusunan skripsi ini. Untuk memperoleh data-data dan informasi-informasi yang benar dan akurat tersebut maka ada beberapa metode yang dapat dilakukan, antara lain:

1. Metode Analisis

Metode ini dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

a. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan studi yang dilakukan dengan membaca, mempelajari dan mencatat dari buku-buku, artikel-artikel, dan bahan-bahan referensi lainnya yang berkaitan dengan topik skripsi.

b. Studi Lapangan

Studi lapangan dapat dilakukan dengan cara survey dan wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat dan terkait dengan topik skripsi serta melakukan observasi terhadap sistem dan prosedur yang sedang berjalan.

2. Metode Perancangan

Metode ini terdiri dari empat tahap proses formulasi strategi. Keempat tahap tersebut antara lain:

a. *User Interface*

Melibatkan tool dan elemen desain yang terkait dengan 7C dari customer interface yaitu: *content, context, community, commerce, customization, communication, dan connection.*

b. Implementasi

Membahas cara implementasi strategi *online* yang melibatkan sumber daya manusia, struktur organisasi dan sistem.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Pembagian kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metode pengumpulan data, sistematika penulisan, dan jadwal kegiatan

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menyajikan berbagai teori mengenai sistem informasi, *Reporting*, *Internet*, dan teori-teori lainnya yang berkaitan dengan topik skripsi.

BAB III : Analisis dan Perancangan Sistem

Bab ini membahas tentang sejarah perusahaan, dan analisis dan permasalahan serta kendala yang dihadapi perusahaan dalam bidang promosi dan penyajian laporan.

BAB IV : Implementasi dan Pembahasan

Bab ini membahas perancangan dan implementasi sistem yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan dan kendala yang dihadapi perusahaan dalam bidang promosi dan reporting transaksi, yang bermaksud untuk perbaikan dan perkembangan sistem promosi dan reporting pada perusahaan.

BAB IV : Penutup

Bab terakhir ini akan menyajikan simpulan dari penyusunan skripsi ini dan memberikan saran-saran untuk menunjang pengembangan dan perbaikan sistem di dalam perusahaan.

1.7 Jadwal Penelitian

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

Rincian Tahapan		BULAN															
		November 2010				Desember 2010				Januari 2011				Februari 2011			
No	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identifikasi Masalah																
2	Perancangan Sistem																
3	Analisis Sistem																
4	Implementasi Sistem																
5	Uji Coba Sistem																
6	Pembuatan Laporan																