

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan lahir dan pesatnya perkembangan dari *internet* menjadi salah satu infrastruktur komunikasi yang termurah dan dengan tingkat penerimaan yang luas, maka penggunaan *internet* sebagai fasilitas pendukung dan bahkan sebagai surat nadi bisnis menjadi semakin nyata keunggulannya. Salah satu tren yang menyertai bisnis dalam jaringan *internet* adalah *e-commerce* baik *business-to-customer* maupun *business-to-business*. Dengan membawa keunggulan *internet* seperti pelayanan 24 jam, akses dari segala penjuru dengan biaya yang relatif murah dan kemudahan-kemudahan lainnya, maka tidaklah mengherankan jika sekarang banyak organisasi bisnis yang merambah ke dalam *e-commerce*.

Besarnya peranan *e-commerce* pada perekonomian banyak negara telah membuat *e-commerce* menjadi salah satu mata kuliah yang banyak ditawarkan bagi mahasiswa baik teknik maupun bisnis. Hal ini tidak pernah terjadi bagi teknologi lainnya seperti untuk *TV-commerce*, *radio-commerce*, *direct mailcommerce*. Oleh karena itu dengan jelas telah terlihat besarnya implikasi dan bobot dari *e-commerce* bagi perekonomian global.

Begitu pula yang di alami oleh si udang lobster sehingga tidak sedikit orang yang membudidayakannya termasuk perusahaan Farm Jogja Lobster karna di lihat dari segi internalnya udang lobster memiliki kandungan protein yang tinggi dan kandungan kolestrol yang amat rendah, dan kalau dilihat dari segi

ekternalnya si udang lobster ini memiliki warna yang bagus dan unit sangat cocok untuk penghias aquarium sehingga harganya pun cukup membahagiakan.

Menurut beberapa konsumen, hidangan lobster air tawar banyak digemari karena dagingnya yang padat, Pejal, Empuk dan rasanya cukup gurih, terutama jika dibandingkan dengan lobster air laut atau jenis udang lainnya. lobster air tawar juga memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi, terutama protein. tidak sedikit orang percaya bahwa daging lobster air tawar dapat meningkatkan Vitalitas dan gairah seksual kaum wanita. sementara itu, kandungan seng yang cukup tinggi dapat memicu produksi libido dan meningkatkan aktifitas sperma kaum pria.

Banyaknya manfaat dari lobster air tawar ini sehingga banyak para peternak beralih jalur ke dunia lobster air tawar karna perawatan dan cara membudidayakannya tidak sulit, namaun semakin tahun penjualan lobster semakin melemah dikarnakan banyaknya para peternak beralih jalur atau yang baru memulai bisnis ini sedangkan pasar local tidak cukup kuat menampung semua para peternak lobster, sehingga banayak sekali para peternak lobster air tawar mulai mengeluh termasuk Farm Jogja Lobster, sehingga para peternak lobster mulai mencari jalan keluar sepaya hasil ternaknya itu tidak sia-sia.

Walaupun hasil survey pasar local permintaannya sedit tetapi berbeda dengan pasar ekspor, banayk permintaan dari negara-negara luar untuk mengirim udang lobster iar tawar, banayknya permintaan ekspor udang lobster untuk konsumsi bahkan ada juga yang untuk penghias aquarium.

Dari uraian di atas maka penulis sepakat untuk memberi judul  
**"MEMBANGUN WEBSITE E-COMMERCE SEBAGAI SARANA**

## **EKSPOR UDANG LOBSTER RED CLAW PADA FARM JOGJA LOBSTER” Dalam penyusunan skripsi ini**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diambil rumusan masalahnya yaitu *bagaimana membangun website e-commerce yang menarik dan dinamis dan menerapkannya pada penjualan Udang Lobster skala ekspor?*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Penulis memberi batasan masalah karna pembahasan tentang e-commerce dan penjualan Lobster ini sangat luas, maka penulis membatasi masalah **“MEMBANGUN WEBSITE E-COMMERCE SEBAGAI SARANA EKSPOR UDANG LOBSTER RED CLAW PADA FARM JOGJA LOBSTER”**. Dalam hal ini penulis membatasi ruang lingkup yang lebih sempit, yaitu bagaimana memanfaatkan website e-commerce untuk meningkatkan kualitas penjualan udang lobster khusus lobster jenis red claw

Software yang digunakan untuk pembuatan website e-commerce ini adalah : Macromedia Dreamweaver 8, Adobe photoshop CS2, Xampp 1.7, Web browser (Mozilla Firefox, Google Chrome, Internet Explorer), Microsoft Windows XP.

### **1.4 Maksud dan Tujuan**

Adapun maksud dan tujuan pembuatan website e-commerce 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.
  - c. Membantu mempersiapkan strategi implelentasi sistem e-commerce.
  - d. Menambah wawasan dan pengetahuan di bidang e-commerce, sehingga diharapkan nantinya dapat bersaing di era globalisasi.
2. Bagi FARM JOGJA LOBSTER
- 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 .
3. Bagi Pelanggan
- a. Memudahkan untuk mencari dan mendapatkan informasi produk secara lengkap dan *up-to-date*.
  - b. Mempermudah akses pembelian (tempat dan waktu).
  - c. Meningkatkan pelayanan penjualan dengan *order tracking*

## 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.

#### c. Kerangka Analisis Kesempatan Pasar

Melakukan analisis pasar dengan berfokus pada perusahaan, kompetisi, teknologi, dan pelanggan. Tahap ini terdiri dari tujuh langkah proses, yaitu: identifikasi kebutuhan pelanggan yang belum dapat dipenuhi, identifikasi pelanggan tertentu yang akan menjadi target perusahaan, penilaian daya saing bagi perusahaan, penilaian



sumber daya perusahaan untuk pengiriman penawaran, penilaian kesiapan pasar terhadap teknologi, realisasi kesempatan pasar, penilaian kesempatan atraktif.

#### d. Model Bisnis

Ada empat komponen model bisnis dalam dunia bisnis yaitu : proposisi nilai atau *cluster*, penawaran *online*, sistem sumber daya yang dipilih perusahaan untuk pengiriman penawaran, model hasil yang memungkinkan bisnis menghasilkan pendapatan, *cash flow*, dan *profi margin*.

#### 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. Komunikasi Pasar dan Membangun *Brand*

Membahas cara-cara perusahaan melakukan komunikasi pasar untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasanya sehingga ketika pelanggan atau masyarakat mendengar nama perusahaan, mereka dapat langsung menghubungkannya dengan jenis bidang usaha atau produk perusahaan.

c. Implementasi

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

d. Metriks

Melakukan evaluasi dan perbandingan strategi bisnis yang dijalankan dengan *market feedback*. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *tool* manajemen baru yang disebut *Performance Dashboard*. *Performance Dashboard* ini merupakan metriks yang dapat merefleksikan indikator peringatan terhadap kemajuan strategi *e-commerce* maupun hasil pengukuran seperti kepuasan pelanggan dan performa keuangan.

## 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 penjualan, *ecommerce*, *Internet*, interaksi manusia dan komputer, sekilas tentang lobster Red Claw, analisis dan perancangan strategi

sistem *e-commerce*, dan teori-teori lainnya yang berkaitan dengan topik skripsi.

### **BAB III : Anallsis dan Perancangan Sistem**

Bab ini membahas tentang sejarah perusahaan, dan analisis terhadap kegiatan penjualan yang berlangsung di perusahaan tersebut dan permasalahan serta kendala yang dihadapi perusahaan dalam bidang penjualan

### **BAB IV : Implementasi dan Pemabahasan**

Bab ini membahas perancangan dan implementasi sistem penjualan lobster yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan dan kendala yang dihadapi perusahaan dalam bidang penjualan, yang bermaksud untuk perbaikan dan perkembangan sistem penjualan 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 penjualan di dalam perusahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**



## 1.7 JADWAL KEGIATAN

Secara garis besar pekerjaan perancangan terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan**

No	Kegiatan	Bulan															
		April				Mei				Juni				Juli			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pra Survey																
2	Penelitian																
3	Aanalisis Sistem																
4	Perancangan Sistem																
5	Pembuatan Program																
6	Testing Program																
7	Penyusunan Laporan																