

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan. Dalam memasuki dunia globalisasi, manusia mengenal teknologi yang semakin maju untuk mempermudah melakukan berbagai kegiatan dalam kehidupan. Kemajuan di bidang transportasi, komunikasi, kesehatan, pendidikan, dan bidang lainnya merupakan contoh-contoh bahwa manusia semakin memerlukan teknologi dalam kehidupan ini. Peranan teknologi dalam kehidupan manusia sudah tidak diragukan lagi.

Saat ini dunia telah mengenal suatu teknologi yang disebut internet. Dengan internet semua orang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berada di berbagai belahan dunia. Melalui internet, setiap orang dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Dengan jaringan yang global, internet dapat diakses 24 jam setiap hari. Begitu memerlukan informasi tertentu, cukup dengan mengakses internet dan dalam sekejap informasi apapun yang dibutuhkan akan diperoleh. Dapat dibayangkan betapa besarnya peranan media internet ini dalam kehidupan. Saat ini internet tidak hanya digunakan manusia dalam mencari informasi saja, tetapi juga menggunakan media internet untuk melakukan bisnis dengan membangun sebuah *website*.

Sebelum mengenal media internet, manusia melakukan bisnis mereka dengan diawali memilih tempat usaha, menyewa toko, membeli ribuan produk sebagai persediaan dan menyimpannya, mengiklankan bisnis mereka dengan biaya mahal, mencari informasi pesaing dan produk terbaru dengan waktu yang cukup lama, dan masih banyak lagi kegiatan lain yang menghabiskan banyak waktu dan biaya. Terutama dalam kegiatan pemasaran yang semuanya masih mengandalkan media kertas, harus mencetak ribuan brosur, pamflet, katalog, dan media lainnya. Teknik distribusi seperti ini membutuhkan biaya dan waktu yang tidak sedikit. Pelanggan pun menjadi tidak leluasa dalam mendapatkan informasi produk dan layanan terbaik yang disediakan karena aktivitas dalam mengakses informasi dibatasi oleh ruang dan waktu.

Kini dengan hadirnya internet, manusia dapat melakukan bisnis lebih mudah. Berbagai informasi keunggulan produk dan layanan yang disediakan dapat ditampilkan. Bahkan bisa juga memperbaharui informasi yang ada kapan saja, tanpa perlu menghabiskan banyak waktu dan biaya.

Dimasa kini banyak bermunculan situs jejaring sosial seperti facebook dan twitter. Jejaring sosial itu merupakan suatu media internet yang bisa menghubungkan kita dengan masyarakat. Seluruh aspirasi, rasa, hobi, opini, sampai dengan cerita pun dapat dengan mudah disalurkan kepada masyarakat. Dengan begitu, tak urung jika masyarakat sekarang selalu up to date. Mulai dari kalangan anak, remaja, dewasa, sampai pebisnis pun tak ketinggalan tertarik juga dengan jejaring sosial. Banyak

manfaat yang dapat diambil dari media sosial ini. Selain menjadi sarana informasi dan komunikasi, jejaring sosial digunakan oleh sebagian kalangan sebagai ajang berbisnis. Mempromosikan bisnis mereka kepada khalayak luas memang satu langkah yang mudah dan efektif bagi dunia bisnis. Dalam hal ini, tak hanya pebisnis yang mendapat keuntungan, tetapi juga konsumen. Dua pihak ini bagaikan simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan. Pebisnis mendapatkan omzet tinggi, di sisi lain konsumen dapat melengkapi kebutuhannya secara mudah dan instan.

Batik Huza merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi dan menjual berbagai macam jenis batik dengan merek Huza. Batik Huza memiliki misi yakni mempertahankan organisasi tradisional jenis batik khususnya batik pekalongan dan pengembangan penjualan. Batik Huza berada pada posisi sebagai penantang pasar dan juga mencapai target penjualan relative berada cukup rendah dibawah target yang ditetapkan.

Dalam melakukan kegiatannya, Batik Huza masih menggunakan cara konvensional, sehingga terjadi masalah dalam penyampaian informasi. Pelanggan seringkali sulit untuk mendapatkan informasi tentang produk dan harga terbaru. Selain itu Batik Huza juga masih menghadapi masalah kurangnya jangkauan pemasaran.

Dengan adanya masalah yang dihadapi Batik Huza, maka dibutuhkan kehadiran sebuah website. Hal ini sangatlah penting karena dengan adanya sebuah *website* dapat membantu penyampaian informasi produk dan harga secara detail kepada pelanggan.

Pelanggan akan dapat mengakses informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Dengan demikian Batik Huza dapat memperluas jangkauan pemasarannya tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan biaya

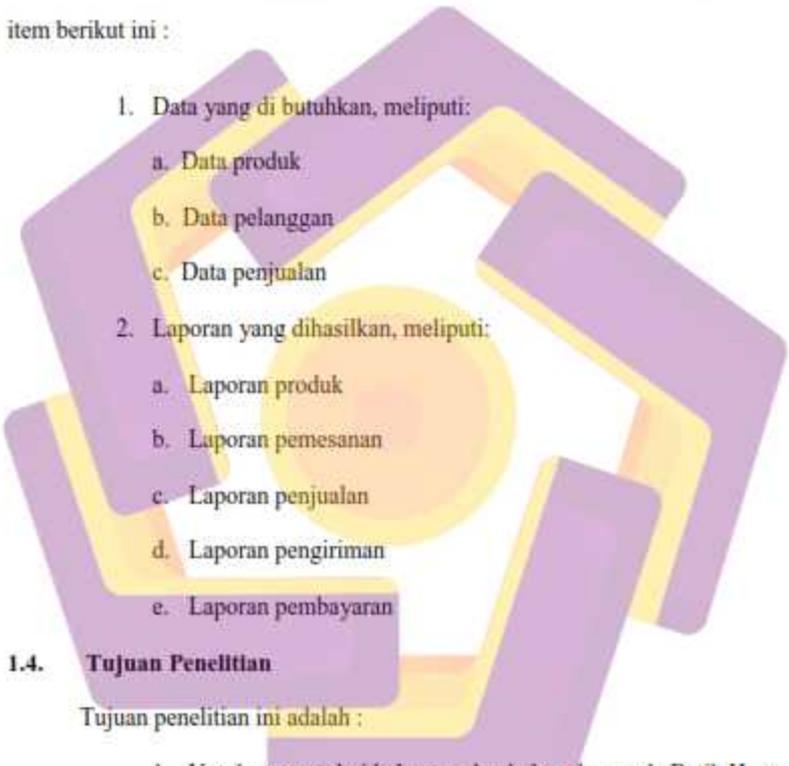
Batik Pekalongan yang cukup dikenal ini membuka cabang di Yogyakarta untuk mempermudah pendistribusian pada pertokoan batik yang ada di yoga dan mempermudah para konsumen untuk menambah aset penjualan, promosi dan pengembangan produk barang (**Batik**). Atas dasar latar belakang inilah maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan laporan dengan judul "**Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Online Pada Griya Batik Huza Yogyakarta**".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut : "Bagaimana Merancang Sistem Informasi Pemasaran pada **Griya Batik Huza Yogyakarta** agar lebih efektif dan efisien serta akurat?" Serta dalam melakukan kegiatannya, Batik Huza masih menggunakan cara konvensional, sehingga terjadi masalah dalam penyampaian informasi. Pelanggan seringkali sulit untuk mendapatkan informasi tentang produk dan harga terbaru. selain itu Batik Huza masih menghadapi masalah kurangnya jangkauan pemasaran.

1.3. Batasan Masalah

Dalam menyusun laporan skripsi ini, agar pembahasan tidak terlalu luas dan untuk memudahkan dalam penyelesaian nantinya, maka akan dibatasi pada beberapa item berikut ini :

- 
1. Data yang di butuhkan, meliputi:
 - a. Data produk
 - b. Data pelanggan
 - c. Data penjualan
 2. Laporan yang dihasilkan, meliputi:
 - a. Laporan produk
 - b. Laporan pemesanan
 - c. Laporan penjualan
 - d. Laporan pengiriman
 - e. Laporan pembayaran

1.4. Tujuan Penelittan

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pada Batik Huza di Yogyakarta
2. Untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi Batik Huza di Yogyakarta

3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat pada Batik Huza di Yogyakarta

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan, dalam menentukan strategi dan melihat lingkungan internal perusahaan menggunakan analisis SWOT.

2. Bagi Kalangan Akademis

Hasil penelitian ini dapat menambahkan referensi perpustakaan dan sebagai bacaan bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang analisis SWOT.

3. Bagi penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat untuk mengembangkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan dan pengembangan wawasan penulisan tentang dunia bisnis dalam keadaan sebenarnya.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data sebagai sumber untuk menyusun skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode pendekatan, yaitu sebagai berikut :

1.6.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti, data ini diperoleh dengan metode:

a. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek guna memperoleh informasi data yang akurat dalam sistem yang sedang berjalan.

b. Metode Wawancara

Merupakan metode pokok kedua yang penulis lakukan dengan cara wawancara langsung kepada pihak – pihak yang terkait yang dapat menjadi sumber dalam pengumpulan data guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

1.6.2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang digunakan dan diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Yakni dengan Metode Kepustakaan, yang merupakan metode ketiga penulis lakukan yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku referensi. Sehingga data dapat diperoleh dari literature-literatur majalah, publikasi dan biro statistic. Serta sumber-sumber lain yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami pembahasan yang terdapat dalam skripsi ini, maka penulisan materi yang akan disampaikan akan disusun dalam sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan dijelaskan tentang teori-teori yang menunjang penulisan Skripsi ini.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan sekilas tentang gambaran umum mengenai obyek yang dijadikan penelitian skripsi, analisis-analisis sistem informasi yang berjalan menggunakan analisis SWOT, Analisis Kelayakan, Relasi antar tabel, serta rancangan input dan outputnya.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang akan membahas penerapan rencana implementasi, kegiatan implementasi, prosedur dari pemakaian sistem dan manual program.

BAB V : PENUTUP

Akan diuraikan tentang kesimpulan dan penelitian dan beberapa saran atau kritik yang diperlukan oleh peneliti yang akan datang.

