

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin kompleks memacu setiap perusahaan atau organisasi untuk dapat mengembangkan strategi promosi yang efektif dan menciptakan inovasi-inovasi produk baru yang sesuai dengan keinginan pasar. Metode promosi secara manual dirasakan sudah tidak efektif lagi untuk dapat mengembangkan pasar karena memiliki keterbatasan ruang dan waktu serta membutuhkan biaya yang tinggi dengan cakupan pasar yang terbatas.

Internet merupakan jaringan jutaan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Penggunaannya kini mencakup berbagai kalangan, surat kabar, penerbit, stasiun TV, artis, penggemar komputer, kalangan akademik, pemerintahan, karyawan dan pengusaha. Alasan pemanfaatannya pun beraneka ragam, mulai dari sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi atau data-data penting. Hampir setiap surat kabar atau majalah yang kita baca tak luput dari berita yang menceritakan peranan internet dalam kehidupan, proyek, atau temuan seseorang. Nilai yang ditawarkan internet dapatlah dikiasakan sebagai sistem jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang memperpendek waktu perjalanan kita. Atau dapat juga diibaratkan sebuah perpustakaan yang dapat kita kunjungi setiap saat,

dengan kelengkapan buku, sumber informasi, dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas. Banyak perusahaan-perusahaan menengah dan besar, organisasi-organisasi serta sekolah-sekolah tinggi di dunia yang memanfaatkan internet sebagai ajang untuk mempromosikan dan mempublikasikan produk, jasa, dan profil mereka dengan pengadaan homepage/situs.

CV. Artha Baja Ringan Jogjakarta merupakan salah satu perusahaan Indonesia khususnya di Jogjakarta yang memberikan solusi mengatasi keluhan mengenai bahan bangunan rumah atau gedung sekolah maupun perkantoran. Sejauh ini proses penyampaian profil, promosi serta informasi kepada masyarakat masih melalui brosur, pamflet serta spanduk. Proses tersebut dirasa perlu adanya perubahan agar dapat lebih menarik dan tersampaikan informasi secara cepat, akurat dan efisien. Maka dari itu diperlukan sebuah sarana informasi yang berbasis website, yang dapat memberikan informasi secara *realtime*, *up to date*, dan dapat diakses 24 jam penuh. Dengan adanya permasalahan tersebut, penulis berkeinginan untuk membantu CV. Artha Baja Ringan Jogjakarta dengan media promosi secara *online* untuk memudahkan mereka dalam mengiklankan perusahaan mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah “Bagaimana merancang sistem promosi *online* pada CV. Artha Baja Ringan Jogjakarta yang dapat meningkatkan pelayanan dan kepuasan bagi pelanggan?”.

1.3 Batasan Masalah

Karena cakupan pembahasan internet dan website sangat luas, maka penulis membatasi pembahasan pada pembuatan :

1) Website ini dibuat menggunakan Macromedia Dreamwever dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai database *enginenya* dan software pendukungnya yaitu XAMPP, proses penggunaan serta maintenance.

2) Halaman Pengunjung

Halaman ini merupakan halaman yang dapat diakses oleh pengunjung / *user*. Pengunjung dapat melihat informasi baik produk maupun jasa, juga dapat mengisi *form* kontak, dan mengakses fasilitas-fasilitas lain yang ada di media promosi ini.

3) Halaman Admin

Halaman ini merupakan *Control Panel* untuk mengelola dan mengatur web CV. Artha Baja Ringan Jogjakarta.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah merancang website CV. Artha Baja Ringan Jogjakarta agar promosi tentang produk yang ditawarkan dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat umum.

Adapun manfaat dari penulisan Skripsi ini, antara lain :

- 1) Bagi Mahasiswa :
 - a. Menerapkan dan belajar mengembangkan ilmu pengetahuan dan teori-teori selama mengikuti pendidikan ke dalam dunia nyata.
 - b. Menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang penelitian yang sedang dilaksanakan.
- 2) Bagi Perusahaan :
 - a. Membantu CV. Artha Baja Ringan Jogjakarta untuk mempromosikan produk dan jasa kepada masyarakat luas dalam bentuk media promosi *online*.
 - b. Meningkatkan nilai promosi dan melebarkan pangsa pasar.
 - c. Meningkatkan kinerja, efektifitas informasi dan peningkatan pelayanan kepada masyarakat umum
- 3) Bagi Masyarakat/ Pengunjung :
 - a. Memudahkan untuk mencari dan mendapatkan informasi produk secara lengkap dan *up to date*.

- b. Membiasakan masyarakat menggunakan teknologi informasi khususnya internet dalam penyelesaian masalah.

1.5 Metode Penelitian

1) Metode Pengumpulan Data

Beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu :

a. Metode Observasi

Metode ini dilakukan untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti dengan cara mengamati langsung ke tempat objek penelitian.

b. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan yang dilakukan oleh penulis dengan mencari sumber yang terkait dengan pemrograman web terutama yang menggunakan database MySQL dari buku *analog* maupun *digital*.

c. Metode Interview

Pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan objek penelitian.

d. Metode Dokumentasi

Pengambilan data yang berhubungan dengan informasi perusahaan yang dibutuhkan dan diperbolehkan diekspose kepada khalayak ramai.

2) Metode Perancangan Sistem

a. Analisa Kebutuhan

Analisa kebutuhan adalah analisa yang dilakukan untuk menentukan *input* dan *output* yang diinginkan berdasarkan data yang diperoleh.

b. Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan tahapan yang dilakukan untuk membuat sebuah rancangan program berdasarkan *input* dan *output* yang diinginkan. Merupakan catatan prosedur dan formulir-formulir sehingga relevan antara teori dan kenyataan selanjutnya digunakan untuk pembuatan model dan program komputer yang menyangkut hal-hal penetapan *input* dan *output*.

c. Implementasi Sistem

Setelah pembuatan perancangan sistem maka langkah selanjutnya adalah mengimplementasi hasil perancangan ke dalam program (PHP dan MySQL)

d. Evaluasi Sistem

Evaluasi merupakan langkah setelah media promosi diimplementasikan untuk mengetahui kesalahan atau *trouble* yang mungkin terjadi, sampai dipastikan sistem berjalan dengan sempurna.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem Penulisan Skripsi ini disusun dalam beberapa bab dan masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat, Metode Pengumpulan Data, dan Sistem Penulisan

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan dasar teori yang isinya membahas tentang pengertian sistem, informasi, sistem informasi, promosi, basis data, bahasa pemrograman HTML, PHP, MySQL dan komponen-komponen yang berhubungan dengan website dan internet.

BAB III. ANALIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini membahas tentang tinjauan umum perusahaan, analisis masalah dan perancangan sistem yang akan dibuat.

BAB IV. IMPLEMENTASI SISTEM

Bab ini membahas tentang implementasi sistem, program, dan hasil akhir website pada CV. Artha Jogjakarta.

BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari penjelasan yang berisi tentang kesimpulan dan saran.