

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini penggunaan teknologi sudah mencapai pada tingkat yang sangat *intens* dan telah masuk pada sendi – sendi kehidupan manusia. Kesadaran orang-orang saat ini mengenai jaringan internet telah memberikan dampak kepada pola aktivitas pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Internet sebagai jaringan yang terkoneksi secara *global* dan memiliki kemampuan bertukar data telah menjadi alasan perubahan perilaku manusia dalam pemenuhan kebutuhannya. Salah satu dampaknya adalah munculnya pengetahuan baru yang dihasilkan oleh perilaku pengguna internet.

Perkembangan teknologi internet dan meningkatnya jumlah pengguna internet saat ini mengkondisikan pengguna internet memiliki perilaku-perilaku dalam berinternet. Pengguna internet maupun perilaku tersebut terekam di internet dan menjadi himpunan data – data yang sangat berguna dan berharga bagi pihak tertentu termasuk pelaku usaha. Himpunan data tersebut yang menjadi *asset* perusahaan sebagai objek kegiatan komersial.

Dalam konteks penelitian ini usaha Kuy Custy memiliki ceruk usaha atau *niche* yang berkaitan dengan kreatifitas digital berupa gambar digital. *Niche* tersebut oleh Kuy Custy mencoba untuk dimanfaatkan potensi komersialnya. Maka dalam perancangan ini penulis berusaha untuk memberikan sebuah solusi berupa perancangan website yang berfungsi menyediakan media desain berbasis website yang terintegrasi dengan proses penjualan *clothing* Kuy Custy. Dengan penggunaan website sebagai media, maka perusahaan nantinya dapat dengan mudah meningkatkan skala usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

Maka dari itu dapat didefinisikan sebuah rumusan masalah seperti “Apakah dengan menyediakan sistem media desain yang langsung dapat digunakan oleh user secara fleksibel dari segi aksesibilitas dan jangkauan yang secara bersamaan sistem dapat mengakomodir informasi user secara terstruktur dapat menjawab latar belakang masalah?”

1.3 Batasan Masalah

Sebagaimana penjelasan mengenai latar belakang dan garis besar sistem informasi yang perlu diimplementasikan ke sistem pemasaran Kuy Custy, maka dalam pembahasan ini memiliki batasan – batasan berupa:

1. Pembangunan website ini tidak membahas tentang implementasi keamanan pada website.
2. Website tidak mendukung transaksi atau hak akses fitur oleh *guest*. Maka untuk menggunakan fitur secara utuh diperlukan pendaftaran atau *log-in* terlebih dahulu.
3. Ukuran *file* material kustomisasi masih belum dibatasi.
4. Ekstensi *file* yang dapat digunakan sebagai material kustomisasi hanya diperbolehkan menggunakan *jpg* dan *png*.
5. Verifikasi pembayaran terhadap item yang dibeli masih dilakukan secara manual oleh admin.
6. Pada proses registrasi belum menyertakan pesan otomatis untuk verifikasi email.

1.4 Maksud Dan Tujuan

Perancangan ini dibuat supaya dapat memberikan dampak dan pengetahuan bagi pelaku usaha mandiri menengah, terkhusus untuk perusahaan Kuy Custy. Secara spesifik perancangan ini memiliki maksud dan tujuan sebagaimana berikut.

1.4.1 Maksud

1. Perancangan ini bermaksud untuk membangun media desain produk *clothing* berbasis website dari usaha Kuy Custy.
2. Menjadikan usaha yang dapat diukur karena memiliki keteraturan sistem dan data setelah memiliki website.
3. Memunculkan *brand awareness* terhadap usaha Kuy Custy kepada publik.

1.4.2 Tujuan

1. Memajukan usaha Kuy Custy dengan meningkatkan penjualan melalui website.
2. Menciptakan sistem yang dapat mencakup bagian pemasaran secara global.
3. Memaksimalkan potensi komersial pada ceruk bisni yang Kuy Custy bidik.
4. Mempermudah, memberikan keteraturan dan efisiensi dalam mendapatkan *database customer*.
5. Meminimalisir kehilangan *database customer*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari perancangan ini adalah menjelaskan tentang gambaran teknis kebutuhan dalam pembangunan *website* penjualan Kuy Custy. Dengan menjelaskan kebutuhan tersebut diharapkan dapat menjadi pengetahuan dasar tentang *technical issue website* setelah nantinya digunakan dalam kegiatan usaha.

Sedangkan bagi pelaku usaha percetakan sablon maupun usaha percetakan produk kreatif, perancangan ini dapat menjadi pengetahuan mengenai pemanfaatan potensi komersial di dunia internet melalui konsep penjualan *direct design* dengan menyediakan *platform* desain secara bebas untuk menyalurkan kreatifitas.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan dasar-dasar masalah sehingga nanti menentukan kebutuhan sistem yang akan dibangun. Dalam pengumpulannya dibagi kedalam dua kategori cara memperoleh data dijelaskan sebagai berikut:

1.6.1.1 Primer

Data dikategorikan primer apabila data diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari objek atau subjek penelitian [1].

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik dan penanggung jawab operasional usaha mengenai bagian pemasaran, penjualan, arus data penjualan, *database storing*, manajemen operasional.

2. Data Internal Usaha

Pengumpulan data juga dilakukan dengan memperoleh data internal usaha yang mencakup tentang data penjualan dan data *customer behavior*.

1.6.1.2 Sekunder

Guna mendukung keakuratan pengetahuan yang berasal dari data primer, maka digunakan data sekunder. Menurut Hasan data sekunder diperoleh oleh peneliti dari sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh meliputi data *trend* pengguna internet secara global dan data perkembangan *ecommerce* [1].

1.6.2 Metode Perancangan

Dalam perancangan sistem informasi ini, digunakan metode DFD (*Data Flow Diagram*) untuk menggambarkan bagaimana sistem ini bekerja.

1.6.3 Metode Pengembangan

Dalam perancangan sistem informasi ini peneliti menggunakan metode pengembangan yang secara berkala dapat diperbaiki sehingga dapat mencapai hasil optimal sesuai kebutuhan masalah yaitu menggunakan metode *prototyping*. Dengan menggunakan metode ini klien akan mendapatkan gambaran awal sistem informasi berdasar informasi kebutuhan sistem lalu secara berkala akan dievaluasi sehingga dapat memenuhi kebutuhan masalah secara keseluruhan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami konten dari perancangan sistem ini, penulis memberikan penjelasan inti pada tiap bab seperti berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pertama dari konten perancangan ini akan memuat intisari atau abstraksi, maksud dan tujuan, dan latar belakang dilakukannya perancangan ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam bab II memuat landasan teori yang berkaitan dengan bahasan, latar belakang dan solusi di dalam perancangan sistem.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab II ini memuat penjelasan pokok masalah, identifikasi solusi melalui analisis, penjelasan pada implementasi solusi ke bentuk skema pengembangan sistem dan penjelasan arsitek sistem.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tahapan pengembangan sistem secara teknis dan digambarkan melalui hasil pekerjaan nyata.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran mengenai penyusunan perancangan SISTEM INFORMASI UNTUK "DIRECT DESIGN DAN PRINT ON DEMAND" DARI VENDOR PRINT KUY CUSTY BERBASIS WEB.

BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Di dalam jurnal "The Secret Ingredient Is Me: Customization Prompts Self-Image-Consistent Product Perceptions" ditegaskan jika ada perbedaan yang muncul akibat dari penawaran produk secara *customization* dan *non-customization*. Perbedaan itu muncul didasari oleh faktor *self-image* dari pelanggan, dimana *self-image* itu berkaitan dengan citra diri dari tiap pelanggan. Dalam kata lain secara garis besar produk *customization* mendapat nilai ketertarikan yang besar. Nilai tersebut disimpulkan dari berbagai *study* yang masing-masing mempunyai konteks usaha berbeda, seperti wisata, fashion, dan makanan.[21]

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Suharyanti yang meneliti tentang proses pengembangan merek melalui personalisasi, kustomisasi dan komunikasi memberikan