

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Kebutuhan informasi yang cepat, aktual dan akurat menjadi prioritas utama dalam pengambilan keputusan, oleh perusahaan *internet* merupakan media untuk menyajikan informasi dan komunikasi yang bersifat global dan tidak memandang ruang dan waktu.

Teknologi *Internet* telah dipergunakan hampir diseluruh bidang kehidupan mulai dari hiburan sampai pada keperluan bisnis, dari penggunaan individu untuk aplikasi *e-mail*, *chatting* dan lain sebagainya sampai untuk kepentingan bisnis dan *e-commerce* oleh perusahaan besar.

Pemanfaatan teknologi *internet* sejak pertama kali diperkenalkan kepada dunia usaha hingga sekarang telah mengalami perkembangan fungsi, yaitu dari sekedar untuk menampilkan profil perusahaan ataupun katalog produk maupun jasa yang ditawarkan sampai menjadi sarana pendukung operasional perusahaan, secara garis besar perkembangan itu dikategorikan menjadi tiga tahap, yaitu tahap presentasi, tahap transaksi dan tahap bisnis.

Pada *tahap presentasi*, situs web hanya berfungsi seperti papan iklan yang dipergunakan untuk menampilkan profil perusahaan, katalog barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Tahap transaksi ditandai dengan munculnya situs-situs web yang dapat dihubungkan dengan sistem ataupun aplikasi-aplikasi yang sudah ada sebelumnya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kemampuan baru tersebut memungkinkan suatu situs web dapat selalu menampilkan informasi-informasi yang terbaru, bahkan dengan penambahan antarmuka tertentu terhadap aplikasi-aplikasi perusahaan yang telah dimiliki sebelumnya dimungkinkan untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis sederhana melalui web, seperti pemesanan barang, pemesanan kamar hotel dan sebagainya. Pelaku bisnis dapat melakukan transaksi sederhana dari mana saja dan kapan saja.

Pada *tahap bisnis* pemanfaatan teknologi *internet* lebih ditingkatkan untuk mendukung kegiatan bisnis antara lain untuk menciptakan suatu proses pembelian dan penjualan secara elektronik atas barang atau jasa dan informasi, atau yang disebut dengan *e-commerce* [Ustadiyanto, 2002]. *E-Commerce* telah memberikan pengaruh pada bagian-bagian terpenting dunia, seperti dalam bisnis, profesi, hukum, pemerintahan, dan yang paling penting adalah pada manusianya.

Promosi merupakan hal yang tidak kalah penting bagi suatu perusahaan untuk menjual produk maupun jasanya. Pemilihan media promosi yang tepat, membuat proses berpromosi menjadi lebih efisien, menghemat biaya dan tepat sasaran. Media promosi haruslah cukup menarik minat calon *customer*. Untuk

dapat dinikmati oleh calon *customer* yang luas, media promosi haruslah memiliki jangkauan penyebaran yang luas pula.

Suatu produk dapat digambarkan dengan cukup menarik menggunakan media promosi berbasis web. Kelebihan teknologi *internet* yang mampu dinikmati secara global merupakan modal guna berpromosi dengan sasaran calon *customer* yang lebih luas.

Kurnia Jaya Ahass Janti Yogyakarta sebagai perusahaan otomotif menyadari pentingnya unsur-unsur diatas sebagai proses yang harus dijalani demi meningkatkan penjualan produk dan jasa mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Diperlukan suatu media promosi untuk mempublikasikan dan meningkatkan penjualan barang dan jasa perusahaan *kurnia jaya ahass janti yogyakarta* kepada khalayak umum berupa website yang menarik. Media promosi tersebut memuat informasi yang mampu memberi gambaran segala hal kaitannya dengan barang dan jasa yang hendak ditawarkan baik itu profil perusahaan, cara mendapatkan barang dan jasa, cara bertransaksi, bocking barang dan jasa, kualitas barang, jaminan yang diberikan dan hal-hal lain yang ingin diketahui calon konsumen. Wilayah jangkauan promosi yang luas dapat dipenuhi dengan mengemas media promosi dalam bentuk website. Hal ini memungkinkan perusahaan *kurnia jaya ahass janti yogyakarta* untuk membidik tidak hanya pasar lokal maupun nasional, melainkan juga pasar internasional.

1.3. Batasan Masalah

Skripsi ini membatasi masalah pada membangun website sebagai pendukung promosi pada kurnia jaya ahas janti yogyakarta, meliputi:

1. Pembuatan basisdata untuk pengolahan data berbasiskan *database server* menggunakan MySQL.
2. Pembuatan *user interface* web.
3. Tata cara pembayaran dengan manual yaitu tranfer uang via rekening yang ditunjuk.
4. Keamanan data tidak dibahas.

Dalam pembuatan program ini, digunakan beberapa program bantu, yaitu:

1. Windows XP sebagai *operating system* yang digunakan.
2. PHP Triad sebagai *engine* dari aplikasi berbasis web yang akan dibuat, PHP Triad ini sudah termasuk PHP, *database* MySQL dan *server apache*
3. Adobe Photoshop CS version 8.0 untuk desain tampilan *interface*.
4. Macromedia Dreamweaver MX version 6.0 untuk desain *web page*.

1.4. Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan Skripsi ini dengan judul “Mernbangun Website Sebagai Pendukung Promosi Pada Kurnia Jaya Ahas Janti Yogyakarta” ini antara lain:

1. Untuk memenuhi persyaratan dalam rangka menyelesaikan program studi Sarjana Jurusan Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM Yogyakarta.
2. Terciptanya suatu *website* yang dapat mendukung penjualan produk dan jasa Kurnia Jaya Ahass Janti Yogyakarta
3. Memberikan pengertian dan pemahaman mengenai desain dan implementasi *website* dengan dukungan bahasa pemrograman *script* PHP dan *database* MySQL.

1.5 Manfaat Skripsi

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan mengenai *website*
 - b. Sebagai kesempatan untuk mempraktekkan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah ke dunia pekerjaan
2. Bagi Kurnia Jaya Ahass Janti Yogyakarta
 - a. Dapat memperkenalkan perusahaan kepada khalayak umum
 - b. Dapat meningkatkan penjualan barang dan jasa
3. Bagi Calon Customer dan Customer
 - a. Dapat melakukan pemesanan tanpa harus membuang waktu dan tenaga
 - b. Dapat memperoleh informasi yang lengkap mengenai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Kurnia Jaya Ahass Janti Yogyakarta

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penulisan yaitu:

a. Metode *Observasi*

Suatu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis

b. Metode *Wawancara*

Suatu metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan skripsi ini.

c. Metode *Library Research*

Metode *Library Research* (Kepustakaan), yaitu dengan mengumpulkan data yang dari buku-buku referensi, jurnal-jurnal dari internet dan literatur-literatur skripsi dan tugas akhir yang relevan dengan permasalahan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang akan digunakan dalam pembahasan materi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat skripsi, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II DASAR TEORI

Berisi tentang teori-teori yang digunakan untuk menyusun skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Berisi analisis dan perancangan sistem penjualan produk dan jasa Kurnia Jaya Ahass Janti Yogyakarta.

BAB IV IMPLEMENTASI SISTEM

Berisi implementasi dari perancangan website Kurnia Jaya Ahass Janti Yogyakarta.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran penulisan dari penulisan skripsi.