

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet merupakan salah satu media yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Teknologi internet mempunyai dampak positif yang sangat besar pada dunia perdagangan dan bisnis. Hanya dari rumah atau ruang kantor, calon pembeli dapat melihat spesifikasi produk pada layar komputer, mengakses informasinya, memesan dan membayar dengan pilihan yang tersedia. Calon pembeli dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak perlu datang ke toko atau tempat transaksi sehingga dapat mengambil keputusan dengan cepat. Transaksi secara online dapat menghubungkan antara penjual dan calon pembeli secara langsung tanpa dibatasi oleh suatu ruang dan waktu. E-commerce atau perdagangan elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. layanan produk dan promosi. Penggunaan E-commerce merupakan kebutuhan penting bagi sebuah usaha agar dapat bersaing secara global.

Pemasaran kain batik khas Bakaran belum bisa menyamai kain-kain khas Jawa. Sebenarnya bukan karena tidak dapat bersaing, tapi karena kurangnya strategi pemasaran yang tepat. Dalam perkembangannya penjualan hasil produksi usaha industri kecil ini memiliki keterbatasan dalam berbagai hal, diantaranya adalah keterbatasan mereka dalam hal mengakses informasi pasar, keterbatasan menjangkau pasar secara lebih luas, keterbatasan jejaring kerja, dan belum tersedianya fasilitas komputer dan masih awamnya mereka menggunakan teknologi informasi. Untuk itulah perlunya upaya untuk meningkatkan akses pedagang pada informasi pasar dan jejaring usaha agar penjualan dan daya saingnya meningkat. Untuk mengatasi hal tersebut, maka diperlukan suatu penelitian mengenai perancangan sistem informasi pemasaran dengan menggunakan e-commerce yang dapat mendukung kegiatan pemasaran dan pengenalan produk kepada masyarakat di dalam maupun luar negeri. (Rachman Andi et al., 2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun e-commerce untuk meningkatkan jaringan pemasaran kerajinan kain khas Bakaran pada kelompok pedagang di pertokoan pasar 16 ilir baru kompleks ilir barat permai. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan jaringan pemasaran kerajinan kain khas Bakaran pada kelompok pedagang di pertokoan, e-commerce ini akan memberikan layanan kepada para pedagang kain kerajinan khas Bakaran yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di facebook, twitter, blog, google+ serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (search engine optimization) sehingga produk akan lebih dikenal luas karena pagerange akan naik dimesin pencari seperti google, yahoo, bing dan lainnya. (Pujohastomo, 2011).

Oleh karena itu solusi yang bisa ditawarkan dari permasalahan yang didapat adalah dengan melakukan pemasaran produk batik asli Bakaran melalui media online yang berupa marketplace. Marketplace adalah suatu bentuk pasar elektronik (virtual market) dimana pembeli dan penjual bertemu dan dihubungkan melalui suatu transaksi elektronik (online) yang dapat diakses secara cepat, aman dan dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja. Marketplace sebagai media online dapat membantu para pengrajin batik untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran batik mereka yang sebelumnya hanya sebatas di sekitar tempat mereka berjualan menjadi skala nasional. Marketplace juga dapat menampung banyak penjual sekaligus, sehingga sangat cocok jika digunakan oleh banyak penjual. Dari sisi pembeli juga dapat melakukan pemesanan kain batik dengan desain custom dari pembeli itu sendiri

1.2. Rumusan Masalah

Dari Latar Belakang yang telah diuraikan, selanjutnya rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana menganalisa dan merencanakan jenis Sistem informasi yang dibutuhkan ?
2. Bagaimana menganalisa metodologi yang digunakan ?

3. Bagaimana mengimplementasikan semua analisis dan perancangan yang telah dilakukan ?

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini untuk menitik fokuskan permasalahan agar tidak meluas, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Aplikasi sebagai media promosi batik khas Bakaran.
2. Jenis E-Commerce yang digunakan.
3. Aplikasi menangani transaksi pembelian batik khas Bakaran.
4. Transaksi pembayaran dilakukan melalui transfer lewat rekening.
5. Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Waterfall.

1.4. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun E-commerce untuk meningkatkan jaringan pemasaran kerajinan kain khas Bakaran. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah menghasilkan E-commerce untuk meningkatkan jaringan pemasaran kerajinan kain khas Bakaran ini akan memberikan layanan kepada para pedagang kain kerajinan khas Bakaran yang memberikan kemudahan dalam mengelola toko online yang di dalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk, melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung langsung di facebook, twitter, blog, google+ serta memberikan fasilitas untuk optimalisasi halaman web dengan menggunakan teknologi SEO (search engine optimation) sehingga produk akan lebih dikenal.