BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi komunikasi yang telah terintegrasi dengan teknologi komputer telah melahirkan sebuah teknologi baru yaitu jaringan yang kemudian pada tahun 1970-an, para ahli mengembangkannya menjadi internet. Dengan kecanggihan internet inilah skala jangkauan jaringan informasi yang terbentuk dapat mencapai jarak yang luas bahkan lintas negara dan benua.

Penerapan internet dalam sejumlah bidang bisnis merupakan strategi jitu dalam menembus pasar global dan mendekatkan kepada para konsumen lokal maupun mancanegara melalui internet, seakan-akan perusahaan membuka tempat transaksinya tersebar di berbagai lokasi. Hal ini memudahkan para calon konsumen untuk langsung mengakses webnya di bidang advertising berupa pemesanan spanduk, baligho, banner, neonbox, dan billboard. Penerapan internet juga merupakan strategi layanan yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemesanan secara online.

Informasi dunia Advertising merupakan aspek yang berpengaruh dalam promosi pemesanan spanduk, baligho, banner, billboard dan neon box. Kemudahan dalam pencarian informasi dunia advertising merupakan faktor yang dominan dalam menentukan tingkat pemesanan. Perkembangan Advertising ditandai dengan bertambahnya saingan.

DBA merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang advertising berupa pemesanan spanduk, baligho, banner, neonbox, billboard. Pada saat ini pengelolaan data produk dan data pemesanan di DBA masih berjalan secara manual dalam pengerjaannya mengakibatkan kinerja dari perusahaan tersebut menjadi kurang maksimal karena katalog harus dikirim terlebih dahulu pada pelanggan karena terhambat dengan jarak dan dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk menunggu, selain itu pencatatan transaksi pemesanan masih dilakukan secara manual yang menjadi sangat lamban bila pelanggan berada di daerah lain, dan dokumen sering kali hilang disebabkan belum adanya media pencataan data produk atau penyimpanan data pemesanan yang terstruktur dan penyerahan laporan keuangan atau pemesanan juga sering terlambat. Dan belum adanya media promosi oleh karena itu penulis ingin mengangkat judul **“ SISTEM INFORMASI PEMESANAN PADA DEE_SIGN BOUTIQUE ADVERTISING BERBASIS WEB “**.

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi pada sistem pemesanan barang yang ada yaitu :

a. Proses pemesanan yang lambat kepada pelanggan untuk pelanggan yang cukup jauh.
b. Belum adanya media promosi untuk penyebaran Informasi pada dee_sign boutique advertising berbasis web.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian singkat pada Latar Belakang Masalah dan identiifkasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun Sistem Informasi Pemesanan pada dee_sign boutique advertising yang efektif dan efisien.
2. Bagaimana cara membuat media promosi pemesanan pada dee_sign boutique advertising berbasis web.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud yang dapat diperoleh dari penelitian dalam bentuk tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

Merancang & membuat Sistem Informasi pemesanan berbasis web

Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut :

a. Dengan adanya web ini maka user atau pelanggan dapat memesan produk dari dee_sign boutique advertising secara online.
b. Dengan adanya web ini dee_sign boutique memiliki media alternatif untuk promosi.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terbagi menjadi 2 bagian diantarnya sebagai berikut :

1.4.1. Kegunaan Praktis

a. Dengan adanya web ini maka menjadi media alternatif untuk memesan produk barang yang akan dipesan dan dapat dilihat oleh konsumen dengan tempat dan waktu yang tidak terbatas.
b. Dengan adanya web ini dee_sign boutique memiliki media alternatif untuk promosi.

1.4.2. Kegunaan Akademis

a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam perancangan dan pembuatan Sistem Informasi berbasiskan web.
b. Membangun suatu program aplikasi promosi dan pemesanan barang pada dee_sign boutique advertising berbasis web.

1.5. Batasan Masalah

1. Barang yang dipromosikan dan dipesan hanya berupa spanduk, baligho, banner, neonbox, dan billboard
2. Pemesan hanya dapat memanfaatkan fasilitas yang disediakan dalam *web* tersebut yaitu fasilitas informasi barang serta melakukan pengisian data pemesanan dan jumlah barang yang dipesan. Media internet hanya sarana untuk melakukan kegiatan promosi maupun pemesanan barang.

3. Transaksi pembayaran tidak dilakukan secara online, melainkan pemesan harus membayar transfer ke Bank BNI melalui nomor rekening yang tercantum dalam web tersebut dengan cara mengkonfirmasikan kepada dee_sign boutique advertising nama, alamat jumlah uang dan jam transfer by sms atau telp.
4. Proses pemesanan hanya melayani di dalam negeri.
5. Program ini merupakan bentuk simulasi atau contoh dari pemesanan secara online pada dee_sign boutique advertising.
6. Tampilan untuk *web based* menggunakan bahasa Indonesia.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat melaksanakan penelitian yaitu di dee_sign boutique advertising Jl. Cileutik No.7 Batu Indah dan untuk waktu penelitian dilakukan pada saat data itu diperlukan. Adapun untuk jadwal penelitian penulis menyusunnya sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

NO	NAMA KEGIATAN	September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan Data																				
2	Analisis																				
3	Perancangan																				
4	Pembuatan Program																				
5	Pengujian																				
6	Implementasi																				
7	Pembuatan Laporan TA																				