BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pengaruh teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan kemudahan dan kecepatan pada hampir semua aspek kehidupan. Informasi sebagai suatu sumber daya yang penting dan dibutuhkan, dewasa ini menjadi semakin mudah dan cepat diperoleh. Transaksi perbankan semakin cepat dengan jaringan yang luas dan tingkat keamanan yang tinggi, peluang bisnis yang semakin terbuka luas. Fenomena pesatnya perkembangan teknologi informasi ini berdampak pada dinamika dunia bisnis yang semakin kompetitif yang juga dihadapi oleh Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (KUKM).

Koperasi Usaha Bersama Serbaguna (KUBS) yang berlokasi di Bandung Barat adalah Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) yang mempunyai beberapa unit usaha terutama unit usaha simpan pinjam. Anggota KUBS tersebar pada wilayah kabupaten Bandung Barat yang meliputi berbagai macam kegiatan usaha, produk yang di hasilkan anggota KUBS terutama pada kategori kerajinan tangan, pakaian, aksesories, makanan kemasan dan agrikultur, peralatan rumah tangga dan lain - lain.

Rekanan usaha utama KUBS pada kegiatan pemasaran adalah anggota KUBS yang berniat memasarkan produk atau bahkan jasa. Dalam hal ini KUBS

berperan untuk memasarkan produk – produk yang dihasilkan anggota KUBS. Produk anggota KUBS tersebut merupakan produk umum yang merupakan kebutuhan masyarakat, konsumen produk bisa dari kalangan konsumen industri yaitu yang membeli produk tersebut guna kepentingan bisnisnya maupun konsumen akhir yakni konsumen yang membeli suatu produk guna dimanfaatkan untuk pemenuhan kebutuhannya. Pengiriman produk menggunakan jasa ekspedisi yang terpisah.

Beberapa fungsi dalam kegiatan usaha KUBS seperti pada pengadaan produk, promosi, pemesanan dan penjualan. Dalam melakukan kegiatan usahanya KUBS masih menggunakan cara konvensional, diawali dengan pemilihan tempat usaha, menyewa toko, melakukan pengadaan produk sebagai persediaan, mengiklankan bisnisnya, mencari informasi pesaing dan produk terbaru. Kendala utama yang dihadapi yaitu kurang optimalnya penyampaian informasi produk dan layanan terhadap konsumen. Konsumen tentunya ingin mengetahui detail produk yang di tawarkan, dimana dengan pemasaran secara konvensional hal tersebut menjadi tidak efisien karena konsumen tidak bisa mendapatkan informasi produk tanpa konsumen harus mendatangi tempat penjual. Hal lainnya yaitu apabila tempat usaha tersebut tutup, maka kegiatan pemasaran produk berhenti, yang dengan sendirinya akan menurunkan profit.

Kegiatan promosi dengan mengandalkan media kertas, yaitu mencetak ribuan brosur, pamflet, katalog, dan media lainnya. Teknik distribusi seperti ini membutuhkan biaya dan waktu yang tidak sedikit. Selain itu pada pemesanan,

produk – produk yang di pesan kadang mengalami keterlambatan pengiriman akibat dari ketiadaan informasi tenggang waktu pengiriman yang efektif.

Untuk meningkatkan jangkauan pasar, tentu pemasaran itu sendiri harus dikembangkan. Hal tersebut dapat terwujud dengan adanya suatu mekanisme dimana konsumen bisa mendapatkan kemudahan untuk mengakses informasi produk dan melakukan pemesanan. Karakteristik konsumen yang menjadi sasaran pemasaran adalah kalangan industri maupun rumah tangga yang memanfaatkan internet untuk melakukan pembelian dalam wilayah negara Indonesia, dengan adanya jasa pengiriman seperti kantor pos dengan biaya yang relatif terjangkau, kendala distribusi menjadi minimal. Konsumen mempunyai pilihan untuk menghubungi pihak penjual tanpa terbatasi oleh perbedaan jarak dan waktu, dengan biaya yang relatif tidak membebani konsumen.

Perkembangan teknologi informasi dewasa ini memungkinkan untuk bisa melakukan kegiatan usaha tersebut berupa promosi dan pemesanan secara lebih efektif dan efisien dengan biaya yang relatif terjangkau dengan cakupan yang seluas-luasnya. Sehingga perkembangan usaha yang pesat bisa tercapai seiring dengan perluasan jangkauan pemasaran anggota KUBS.

Sehubungan dengan permasalahan diatas, maka diambil hal tersebut untuk dijadikan bahan penelitian dengan judul : **Sistem Informasi Promosi dan Pemesanan Produk Usaha Kecil Menengah Berbasis Web di Koperasi Usaha Bersama Serbaguna**.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, ditemukan beberapa permasalahan pada KUB Serbaguna Bandung Barat.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

a. Kurang optimalnya penyampaian informasi produk dan layanan terhadap konsumen, kegiatan promosi menggunakan media kertas membutuhkan waktu dan biaya besar.

b. Pemesanan produk tidak mempunyai informasi tenggang waktu pengiriman yang efektif, dengan menggunakan cara konvensional dimana konsumen harus menemui pihak penjual.

Berdasarkan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada pada sistem pemasaran KUBS Bandung Barat sebagai berikut :

a. Bagaimana membuat media alternatif sebagai solusi dan sarana alternatif promosi serta perluasan jangkauan pemasaran.

b. Bagaimana perancangan Sistem Informasi yang dapat meningkatkan efektifitas dan mempermudah konsumen melakukan pemesanan produk.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dilaksanakannya penelitian di KUB Serbaguna Bandung Barat ini adalah merancang suatu sistem informasi sebagai media alternatif yang dapat membantu dalam mempromosikan produk, perluasan jangkauan pasar, dan mempermudah konsumen melakukan pemesanan. Juga dengan dirancangnya sistem informasi ini diharapkan akan mempermudah bagian pengelolaan keuangan berkaitan dengan pemasaran sehingga akan memberikan pelayanan yang lebih mudah, cepat, dan dengan hasil yang lebih baik.

Sedangkan tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

a. Untuk dapat meningkatkan kegiatan promosi dan perluasan jangkauan pemasaran sehingga memperbesar peluang terjadinya penjualan.

b. Untuk Sistem Informasi yang telah dikembangkan dapat meningkatkan efektifitas dan mempermudah konsumen melakukan pemesanan produk.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Bagi Koperasi Usaha Bersama Serbaguna (KUBS) Bandung Barat :

a. Meningkatkan citra positif KUBS sehingga lebih dikenal di masyarakat, dengan sendirinya akan memperluas jangkauan pemasaran.

b. Meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi seiring perkembangan jangkauan pemasaran KUB Serbaguna Bandung Barat.

c. Membangun media alternatif untuk pemasaran produk untuk mencapai hasil yang lebih efektif dan efisien.

d. Dapat membantu dalam pengambilan keputusan karena dengan adanya sistem informasi maka suatu informasi dapat diperoleh dengan lebih cepat

1.4.2. Kegunaan Akademis

a. Bagi Pengembangan Ilmu

Memanfaatkan dan mengembangkan teknologi dalam memberikan informasi dan sebagai masukan didalam bidang pengembangan wawasan dan ilmu pengetahuan bidang pemrograman komputer khususnya masukan ilmu untuk jurusan Manajemen Informatika.

b. Bagi Peneliti

Untuk mengaplikasikan pengetahuan dan kemampuan yang pernah diterima selama di bangku kuliah kedalam dunia nyata.

c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan masukan untuk studi kepustakaan bagi yang akan melakukan penelitian yang sama dengan bidang yang dibahas dalam penelitian ini.

1.5. Batasan Masalah

Dari pembahasan diatas pembatasan ruang lingkup penelitian hanya berfokus pada masalah sistem pemesanan pada KUB Serbaguna Bandung Barat. Batasan – batasan masalah tersebut adalah :

a. Penelitian tidak membahas pembayaran secara online.

b. Penelitian tidak membahas masalah keamanan transaksi.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu bertempat di Koperasi Usaha Bersama Serbaguna (KUBS) Jln. Cilame No 21 40552, Bandung Barat.

Sedangkan waktu penelitian yang dilaksanakan terhitung mulai dari Maret 2009 hingga Juli 2009.

No	Aktivitas	2009																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan Data																				
	a. Observasi																				
	b. Wawancara																				
2	Perancangan																				
	a. Design																				
	b. Coding																				
3	Pengujian Sistem																				
	a. Blackbox testing																				
4	Implementasi																				
5	Pendokumentasian																				

Tabel 1.1 Aktivitas dan Waktu Penelitian