

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan internet sebagai metode untuk meningkatkan pemasaran telah banyak digunakan oleh pelaku bisnis. Para pelaku bisnis mulai merancang katalog yang diterbitkan secara online. Adanya peningkatan penggunaan internet dalam beberapa tahun terakhir ini menjadi salah satu pemicu banyaknya pelaku bisnis untuk menggunakan internet sebagai media pemasaran. Munculnya inovasi baru dalam bisnis digital membuka peluang melakukan proses transformasi perubahan bentuk dari sistem informasi pemasaran properti secara offline menjadi online. Keberadaan bentuk pemasaran digital memberikan peluang besar bagi perusahaan melakukan perluasan segmentasi pasar properti tanpa batasan ruang dan waktu.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, merupakan bisnis atau usaha yang dijalankan oleh perseorangan, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Eksistensi UMKM Kabupaten Ogan Ilir memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi.

Permasalahan lain yang dihadapi UMKM Kabupaten Ogan Ilir adalah minimnya strategi pengembangan usaha. Kebanyakan pihak UMKM masih mengandalkan penjualan secara tradisional. sistem pemasaran produk masih manual, masih mengandalkan media komunikasi interaksi secara langsung dengan konsumen dan masih berpusat pada lokasi tempat tertentu seperti datang langsung ke tempat UMKM. Permasalahan lain calon pembeli seringkali kesulitan untuk mengakses berbagai kebutuhan informasi tentang produk, informasi tentang harga terbaru, serta media promosi yang terbatas hanya sedikit yang menggunakan teknologi informasi khususnya website untuk melakukan promosi. Dari permasalahan yang ada masih dibutuhkan

strategi pemasaran berbasis online dengan memanfaatkan sistem informasi berbasis E-Marketing merupakan salah satu bentuk e-marketing yang menggambarkan penggunaan website untuk memperkuat usaha pemasaran, khususnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Setiyaningrum, 2015).

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis mengambil judul “Sistem Informasi Pemasaran Berbasis E-Marketing Pada UMKM Kabupaten Ogan Ilir”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis merumuskan permasalahan, yaitu bagaimana merancang sistem informasi berbasis E-Marketing yang dapat membantu UMKM Kabupaten Ogan Ilir dalam melakukan pemasaran produk-produk mereka?.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka diidentifikasi permasalahan yaitu pada UMKM Kabupaten Ogan Ilir belum adanya media penyampaian informasi sebagai sarana promosi dan pemasaran mengenai produk-produk yang akan disampaikan kepada masyarakat.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun sistem informasi pemasaran berbasis E-Marketing Pada UMKM Kabupaten Ogan Ilir yang dapat membantu UMKM dalam pemasaran produk-produk mereka.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Pada hasil penelitian ini, akan memberikan manfaat, yaitu :

1. Dapat membantu UMKM dalam menjaring konsumen baru serta memudahkan peran konsumen sebagai pengguna untuk mendapatkan informasi mengenai produk UMKM.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dalam hal penyampaian informasi yang selalu up-to-date, dan dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran produk, iklan produk, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM di wilayah Kabupaten Ogan Ilir melalui Dinas Kabupaten Ogan Ilir. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Maret 2021 dan berakhir sampai dengan Juli 2021.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk membantu dalam pembuatan laporan penelitian, Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dengan mempelajari masalah yang berhubungan dengan objek yang diteliti serta bersumber dari buku-buku pedoman, literatur-literatur yang disusun oleh para ahli untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini.

2. Pengamatan

Pada hasil penelitian ini, akan memberikan manfaat, yaitu :

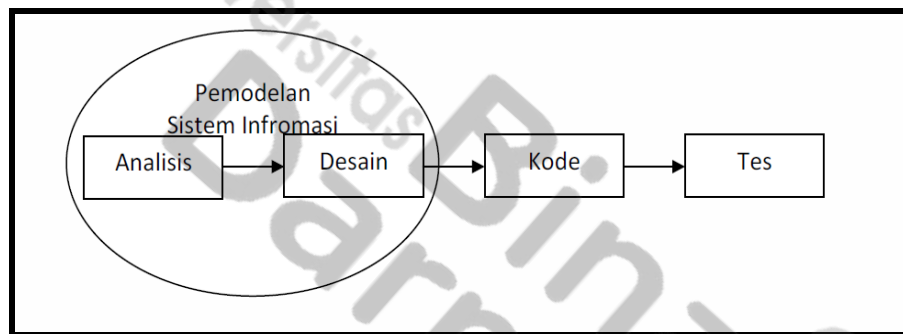
Penulis melakukan penelitian dengan cara mengadakan pengamatan pada UMKM tentang pelaksanaan dari kegiatan operasional, mengutip catatan, laporan serta dokumen yang dipakai oleh UMKM Kabupaten Ogan Ilir dan merupakan data penunjang dalam proses analisa masalah yang akan dibahas.

3. Wawancara

Merupakan suatu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau berdialog secara langsung dengan salah satu pihak usaha UMKM di kabupaten ogan ilir yang berisikan pertanyaan yang berhubungan dengan data-data yang dibutuhkan.

1.5.3 Metode Pengembangan Sistem

Model *sekuensial linier* untuk *software engineering*, sering disebut juga dengan siklus kehidupan klasik atau model air terjun. Model ini mengusulkan sebuah pendekatan kepada perkembangan *software* yang sistematis dan sekuensial yang mulai pada tingkat dan kemajuan sistem pada seluruh analisis, desain, kode, pengujian, dan pemeliharaan. Dimodelkan setelah siklus rekayasa konvensional, model *sekuensial linier* melingkupi aktivitas-aktivitas sebagai berikut (Pressman, 2002):



Gambar 1.1 *Waterfall Model* (sumber: Pressman, 2002)

1. Rekayasa dan permodelan sistem
Karena sistem merupakan bagian dari sebuah sistem yang lebih besar, kerja dimulai dengan membangun syarat dari semua elemen sistem dan mengalokasikan beberapa subset dari kebutuhan ke *software* tersebut. Pandangan sistem ini penting ketika *software* harus berhubungan dengan elemen-elemen yang lain seperti *software*, manusia, dan *database*. Rekayasa dan analisis sistem menyangkut pengumpulan kebutuhan pada tingkat sistem dengan sejumlah kecil analisis serta desain tingkat puncak. Rekayasa informasi mencakup juga pengumpulan kebutuhan pada tingkat bisnis strategis dan tingkat area bisnis.
2. Analisis kebutuhan *software*
Proses pengumpulan kebutuhan diintensifkan dan difokuskan, khususnya pada *software*. Untuk memahami sifat program yang dibangun, analisis harus memahami domain informasi, tingkah laku, unjuk kerja, dan *interface* yang diperlukan. Kebutuhan baik untuk sistem maupun *software* didokumentasikan dan dilihat lagi dengan pelanggan.
3. Desain
Desain *software* sebenarnya adalah proses multi langkah yang berfokus pada empat atribut sebuah program yang berbeda, struktur data, arsitektur *software*, representasi *interface*, dan detail (algoritma) prosedural. Proses desain menterjemahkan syarat/kebutuhan ke dalam sebuah representasi *software* yang dapat diperkirakan demi kualitas sebelum dimulai pemunculan kode. Sebagaimana persyaratan, desain didokumentasikan dan menjadi bagian dari konfigurasi *software*.

4. Generasi kode

Desain harus diterjemahkan kedalam bentuk mesin yang bisa dibaca. Langkah pembuatan kode melakukan tugas ini. Jika desain dilakukan dengan cara yang lengkap, pembuatan kode dapat diselesaikan secara mekanis.

5. Pengujian

Sekali program dibuat, pengujian program dimulai. Proses pengujian berfokus pada logika internal *software*, memastikan bahwa semua pernyataan sudah diuji, dan pada eksternal fungsional, yaitu mengarahkan pengujian untuk menemukan kesalahan-kesalahan dan memastikan bahwa input yang dibatasi akan memberikan hasil aktual yang sesuai dengan hasil yang dibutuhkan.

6. Pemeliharaan

Software akan mengalami perubahan setelah disampaikan kepada pelanggan (perkecualian yang mungkin adalah *software* yang dilekatkan). Perubahan akan terjadi karena kesalahan-kesalahan ditentukan, karena *software* harus disesuaikan untuk mengakomodasi perubahan-perubahan di dalam lingkungan eksternalnya (contohnya perubahan yang dibutuhkan sebagai akibat dari perangkat peripheral atau sistem operasi yang baru), atau karena pelanggan membutuhkan perkembangan fungsional atau unjuk kerja. Pemeliharaan *software* mengaplikasikan lagi setiap fase program sebelumnya dan tidak membuat yang baru lagi.

1.6. Sistematika Penulisan

Pada Penulisan skripsi ini penulis memakai sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini penulis memasukan latar belakang, perumusan masalah, Identifikasi masalah, batasan Masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian yang meliputi lokasi dan waktu penelitian, metode pengumpulan data Metode Pengembangan Sistem dan sistematika penulis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini penulis memasukkan isi dari landasan teori dalam skripsi ini tentu saja yang berkaitan dengan judul meliputi UMKM, Karakteristik UMKM, Sejarah UMKM Kabupaten Ogan Ilir, Sistem Informasi, Sistem Informasi Pemasaran, *E-Marketing*, PHP

(*Hypertext Preprocessor*), MySQL, *Unified Modelling Language* (UML), penelitian sebelumnya.

BAB III ANALIS SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang tahapan dari Analisis sistem yang dilakukan menggunakan metode *sekuensial linier*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang hasil dari analisis dalam membangun Sistem Informasi Pemasaran Berbasis E-Marketing Pada Kabupaten Ogan Ilir, yang digambarkan dalam bentuk tampilan desain program.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan dan saran dari hasil penelitian ini.