

Bab I Pendahuluan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan-batasan dalam penelitian yang dilakukan, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

I.1 Latar Belakang

Internet merupakan teknologi yang berkembang dengan pesat dan memiliki pengaruh yang besar pada dunia bisnis. Ribuan perusahaan baik skala kecil maupun besar memanfaatkan teknologi *Internet* dengan memiliki sebuah *website* dan *website* telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas bisnis perusahaan tersebut. Peran *Internet* sebagai media penyebaran informasi yang cepat dan luas memiliki manfaat yang besar dalam dunia promosi produk atau layanan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, saat ini banyak perusahaan yang telah mengimplementasikan teknologi *Internet* berupa layanan *online* berbasis *web* untuk mendukung layanan penjualan kepada pelanggan.

Perusahaan yang menerapkan teknologi layanan *online* berbasis *web* yang berfungsi untuk mendukung layanan penjualan *online* bagi pelanggan disebut dengan *e-commerce*. *E-Commerce* menjadi penting bagi suatu perusahaan karena melalui perpaduan *internet* dan penjualan, akan mampu memangkas biaya-biaya operasional dan merubah kegiatan pemasaran. Selain itu, *e-commerce* mampu meningkatkan jumlah penjualan produk atau jasa suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan *e-commerce* mampu memberikan *revenue stream* baru selain penjualan melalui media konvensional (Rahardjo, 2003).

Media *e-commerce* yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah melalui *web*. Menurut Armstrong dan Kottler (2004), menyebutkan bahwa peran *web e-commerce* perlu didukung adanya *e-marketing* sebagai media pemasarannya. *E-marketing* merupakan suatu cara promosi produk atau jasa melalui *internet* (www.wikipedia.org). Bagi perusahaan, *e-marketing* dapat memperluas pasar,

meningkatkan *brand image* perusahaan, dan memberikan kemudahan dalam memberikan informasi kepada pelanggannya. Parameter yang dapat diketahui dari suksesnya penerapan *e-marketing* pada *web e-commerce* adalah jumlah pengunjung yang mengunjungi *web*, jumlah halaman yang ditampilkan, situs yang menjadi referensi sumber trafik, jumlah taraf pantulan (*bounce rate*), dan kata kunci pencarian (GeoTrust, 2011).

Untuk mengetahui seberapa efektif penerapan *e-marketing* pada *web e-commerce*, diperlukan proses pemantauan (*monitoring*) dan penelusuran (*tracking*). Hal ini sangat diperlukan bagi perusahaan karena melalui proses *monitoring* dan *tracking* dapat diketahui perilaku pengunjung (*customer behavior*) sehingga melalui informasi inilah perusahaan mampu mengoptimasi *web e-commerce* dan mendorong pelanggan untuk sering mengunjungi dan membeli produk lebih banyak (GeoTrust, 2011).

Biobses merupakan perusahaan *distributor* buku komputer yang cukup besar di kota Bandung. Biobses merupakan bentuk perusahaan B2C (*Business to Customer*) yang melayani penjualan buku secara langsung kepada pelanggan. *Web e-commerce* yang dimiliki oleh Biobses beralamat di www.katalogbiobses.com. Kegiatan *e-marketing* yang dilakukan oleh Biobses masih belum optimal dan hal ini ditunjukkan dengan penurunan jumlah pengunjung.

Tabel I.1 Pengambilan Data Jumlah Pengunjung *Web* katalogbiobses.com

| No | Periode 1 | Periode 2 | Jumlah Pengunjung Periode 1 | Jumlah Pengunjung Periode 2 | Penurunan |
|----|-----------|-----------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| 1 | 25-Mar-11 | 23-Jun-11 | 146 | 65 | -55% |
| 2 | 26-Mar-11 | 24-Jun-11 | 102 | 51 | -50% |
| 3 | 27-Mar-11 | 25-Jun-11 | 113 | 44 | -61% |
| 4 | 28-Mar-11 | 26-Jun-11 | 157 | 37 | -76% |
| 5 | 29-Mar-11 | 27-Jun-11 | 134 | 32 | -76% |

Pada Tabel I.1, menunjukkan pengambilan data jumlah pengunjung dimana kolom Periode 1 merupakan pengambilan data tahap pertama. Sedangkan Periode 2 merupakan pengambilan data tahap kedua. Melalui hasil data tersebut, didapatkan bahwa jumlah pengunjung terjadi penurunan antara pengambilan data periode pertama dan periode kedua. Pada periode pertama, pengambilan data diambil pada tanggal 25 Maret 2011 dan didapatkan data sebesar 146 pengunjung, sedangkan pada periode kedua pada tanggal 23 Juni 2011 didapatkan data sebesar 65 pengunjung.

Sesuai dengan permasalahan penurunan jumlah pengunjung akan berdampak pada tidak tersampainya informasi mengenai buku baru maupun penawaran diskon khusus. Selain itu, semakin jumlah pengunjung yang menurun akan berakibat pada menurunnya jumlah penjualan buku melalui layanan *online* (Darojat, 2011).

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka diperlukan sebuah aplikasi yang mampu memantau pengunjung yang mengakses *website* KatalogBiobses.Com. Aplikasi pemantauan pengunjung ini diperlukan untuk mengetahui seberapa baik Biobses telah mempromosikan *website online* KatalogBiobses.Com. Sehingga, aplikasi ini diperlukan bagi Biobses sebagai informasi awal untuk membantu mengoptimalkan *website* KatalogBiobses.Com dan mendorong pelanggan untuk sering mengunjungi dan membeli lebih banyak buku melalui *website* KatalogBiobses.Com.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang aplikasi berbasis *web* untuk memantau pengunjung yang mengakses *web e-commerce* katalogbiobses.com?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Merancang aplikasi berbasis *web* untuk memantau pengunjung yang mengakses *web e-commerce* katalogbiobses.com.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

1. Membantu pihak perusahaan Biobses untuk memantau pengunjung yang mengakses *web e-commerce* di katalogbiobses.com secara *realtime*.
2. Membantu informasi awal bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk menggapai pasar yang lebih besar kedepannya.
3. Membantu perusahaan untuk mampu mengoptimalkan penggunaan *web e-commerce* yang telah dibuat.

I.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Objek yang menjadi penelitian ini adalah *website e-commerce* yang beralamat pada www.katalogbiobses.com.
2. Penentuan strategi pemasaran dan cara promosi berbasis *online* dilakukan di luar aplikasi yang dibuat.
3. Penelitian tidak membahas pemantauan efektifitas dari sisi pemasaran (*marketing effectiveness*) yang mengacu pada jumlah penjualan buku.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini bertujuan memberikan gambaran secara umum mengenai penelitian yang dilakukan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini memaparkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian meliputi teori *e-business*, *e-marketing*, *e-commerce*, *web analytics*, dan teori rekayasa perangkat lunak. Landasan teori ini bertujuan untuk menambah pengetahuan peneliti mengenai penelitian yang dilakukan.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas kerangka pemikiran dalam melakukan penelitian

yang meliputi tahapan-tahapan dan urutan yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini.

Bab IV Pengumpulan Data dan Perancangan Sistem

Bab ini mendeskripsikan keadaan sistem yang telah ada, bagaimana cara pengumpulan data yang dilakukan oleh sistem, dan memvisualisasikannya. Tahapan perancangan sistem meliputi identifikasi kebutuhan sistem dan identifikasi spesifikasi *input* dan *output* sistem. Alat bantu dalam perancangan sistem adalah diagram konteks, diagram aliran data, spesifikasi proses, dan struktur menu.

Bab V Analisis Hasil Perancangan Sistem

Bab ini menjelaskan bagaimana analisis terhadap sistem yang telah dibuat. Analisis ini meliputi proses pencatatan data (*information retrieval*), proses visualisasi, analisis hasil implementasi sistem, dan proses pelaporan dalam bentuk grafik dan data tabular kepada bagian *administrator website* di KatalogBiobses.com.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan uraian mengenai kesimpulan akhir yang ditarik dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu bagian ini berisi saran mengenai pengembangan penelitian lebih lanjut.