

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dibidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi *internet*. Dengan *internet* pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad *internet*.

Penggunaan *internet* dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di *internet* menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, memakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat *internet*. Pemasaran di *internet* sama dengan *direct marketing*, di mana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.

Sebuah survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna *internet* di Indonesia tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi negara ini. Tahun 2013, angka itu diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015. Angka ini

tentu merupakan angka yang cukup besar bagi negara kita. Dari referensi tersebut penggunaan *internet* untuk aplikasi strategi bisnis di Indonesia peluangnya cukup besar. Dengan *internet*, pemasaran terhadap perusahaan, produk, dan pelayanan menjadi proses yang interaktif saat ini. *Website* perusahaan bukan hanya sekedar menyajikan katalog produk dan media promosi, melainkan digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara *online*, *bulletin boards*, kuesioner elektronik, *mailing lists*, dan pengiriman surat elektronik. Dengan demikian konsumen dapat dilibatkan secara langsung dalam perancangan, pengembangan, pemasaran, dan penjualan produk.

Aplikasi yang menunjang kegiatan perdagangan di *internet* biasa disebut dengan *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas *internet* dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan "*get and deliver*". Keberadaan *E-Commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *E-Commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan *E-Commerce* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi.

Proudly adalah salah satu produsen sepatu di Indonesia yang berpusat di kota Bandung. Berdiri sejak tahun 2012, Proudly menjual berbagai sepatu wanita. Visi Proudly adalah meningkatkan citra bahwa produk sepatu wanita buatan Indonesia tidak kalah oleh buatan luar negeri. Permasalahan yang dimiliki Proudly adalah kurangnya media promosi yang lebih luas yang mudah dilihat banyak orang untuk memperkenalkan profil perusahaan dan produk yang akan dijual. Sistem pemasaran Proudly masih bersifat manual dan penjualan masih terbatas hanya pada beberapa wilayah saja sehingga Proudly ingin memperluas wilayah pemasaran dan penjualan produk ke seluruh Indonesia. Jika Proudly memiliki *website e-commerce*, maka Proudly dapat memasarkan produk dan melakukan

transaksi penjualan secara *online* melalui *internet* sehingga pemasaran produk dapat diperluas lagi sampai meliputi seluruh pulau di Indonesia, selama di tempat tersebut terdapat *internet*, dan dengan adanya *website* ini dapat digunakan sebagai media promosi dan sarana bagi konsumen untuk memperoleh informasi yang memadai mengenai produk yang ada di perusahaan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan penjualan serta melakukan pembelian produk secara *online*.

1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengambil perumusan dan pembatasan masalah yang akan dipaparkan di bawah ini:

1.2.1. Perumusan Masalah

Dalam perumusan masalah, penulis melihat pentingnya suatu media untuk mempromosikan toko sepatu Proudly. Salah satu media yang dipilih oleh penulis adalah media *website*, karena media *website* dapat secara langsung memberikan informasi kepada konsumen tentang keberadaan dan eksistensi Proudly, sekaligus memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian produk secara *online*.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Perlu diambil batasan yang jelas dari perumusan masalah di atas, yaitu membuat perancangan desain *website* untuk mempromosikan perusahaan, memasarkan produk, dan melakukan transaksi penjualan secara *online* sehingga dapat memperluas pemasaran produk, dan sebagai media untuk menyediakan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan produk dan penjualan.

1.3 Maksud dan Tujuan

Penulis mempunyai alasan maksud dan tujuan dalam pengambilan judul ini yaitu antara lain:

1.3.1. Maksud

Maksud dari penulis dalam mengangkat tema permasalahan laporan tugas akhir ini adalah untuk membuat sebuah *website* sebagai salah satu media promosi perusahaan serta dapat mempermudah proses jual beli produk yang akan dijual oleh perusahaan.

1.3.2. Tujuan

Dalam penulisan tugas akhir ini, terdapat dua poin tujuan. Yaitu, poin internal dan poin eksternal.

1.3.2.1 Internal

1. Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama mengikuti proses perkuliahan di Fakultas Desain Komunikasi Visual, Jurusan Multimedia, Universitas Widyatama.
2. Dapat mengembangkan wawasan.
3. Sebagai bentuk dari tugas akhir yang menjadi persyaratan untuk mencapai kelulusan dalam program studi desain multimedia D3.

1.3.2.2 Eksternal

1. Membantu memperluas pemasaran dan jaringan penjualan perusahaan.
2. Memberikan kemudahan dalam proses jual beli.

3. Memperkenalkan dan mempromosikan perusahaan terhadap masyarakat luas.
4. Memberikan daya tarik lebih kepada konsumen mengenai produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan.

1.4 Pemberi Tugas

Pemberi tugas dan penanggung jawab atas pembuatan media *website* promosi dan transaksi *online* Proudly ini adalah:

Proudly Shoes

Alamat : Jl. Pasir Salam X No.1 Bandung 40254
C/P : Inteun
Telp : +6281-220131816
Email : proudlyshoes@yahoo.com

1.5 Sistematika Penulisan

Kerangka penulisan berupa gambaran umum pembahasan dari tiap bab. Tiap bab memiliki pembahasan yang saling berkaitan, guna membuat penulisan menjadi lebih teratur dari sistematis mengenai rancangan media visual *website*.

Bab I Pendahuluan

Bab I Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah dan pokok permasalahan, yang dilanjutkan dengan menerangkan maksud dan tujuan yang berisi alasan membuat *website*. Dalam bab ini dibahas juga mengenai perumusan dan pembatasan masalah yang menerangkan tentang batasan-batasan masalah yang diangkat untuk dijadikan tugas.

Selain itu bab ini mencantumkan bagian pemberi tugas yang menerangkan bahwa tugas yang dikerjakan ini memiliki izin dari instansi yang berkaitan dengan tugas. Dilanjutkan dengan sistematika penulisan yang memaparkan apa saja yang tercantum dalam laporan ini.

Bab II Analisa Masalah

Bab II Analisa Masalah menjelaskan mengenai subjek penelitian yang didukung penjelasan teori-teori yang mendukung dalam penelitian. Bab ini juga menjelaskan tinjauan masalah yaitu menerangkan permasalahan yang diangkat, serta relevansi antara tugas yang digarap dengan maksud dan tujuan dari permasalahan yang diangkat. Selain itu bab ini memaparkan segmentasi yaitu berupa target sasaran yang dituju.

Bab III Pemecahan Masalah

Bab III Pemecahan Masalah berisi tentang konsep desain yaitu berisi materi yang akan digunakan dalam konsep visual, konsep visual yaitu memvisualisasikan dari materi konsep desain serta tahapan yang meliputi penyusunan materi hingga tahap penggarapan yang didalamnya meliputi pra-produksi dan produksi.

Bab IV Rincian Tugas

Bab IV Rincian Tugas yaitu kesimpulan tentang rincian tugas yang meliputi cakupan teknik yang menjelaskan teknis yang akan dipakai dalam pengerjaan visual, pengidentifikasian tugas yang dibuat serta contoh visual yang memberikan gambaran tentang bentuk visual karya yang telah dibuat.