

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology (ICT)* dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Fensel, 2001). Dengan adanya internet dan ICT proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu (Jinling, 2009). Pada saat ini, semakin banyak pelanggan yang menuntut untuk mendapatkan informasi yang cepat dan *up-to-date* secara mudah sehingga banyak perusahaan memperluas proses bisnis mereka dengan memanfaatkan *internet* salah satunya *e-marketplace* (Hartanto, 2010).

*Marketplace* yaitu sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik. *Marketplace* memanfaatkan media digital seperti internet untuk menciptakan suatu lingkungan atau tempat yang mewadahi para penjual dan pembeli untuk melakukan proses bisnis mulai dari pemasaran produk, penawaran produk, mengembangkan komunikasi antara penjual dan pembeli sehingga tercapai kepuasan terhadap keduanya. *Marketplace* sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli secara *online* mempunyai manfaat diantaranya, memperluas jaringan dan meningkatkan penjualan khususnya bagi usaha kecil dan usaha mandiri yang bermodal menengah ke bawah ataupun wira usaha baru yang sedang merintis bisnis atau usahanya,

*marketplace* tidak terbatas oleh waktu dan kondisi geografis, bisa diakses dimana saja dan kapan saja (Frans, 2012).

Dalam berbagai kasus di perusahaan, beberapa perusahaan jasa percetakan masih dilakukan secara konvensional, salah satunya Opick Percetakan, berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, proses penjualan masih dilakukan dengan cara pencatatan kedalam buku pemesanan, sehingga sering terjadi kesalahan dalam pesanan seperti penulisan pesanan yang salah, jadi tidak sesuai dengan pesanan pelanggan, tidak adanya informasi jika terjadi kesamaan data, seperti penulisan pesanan lebih dari satu kali atau pemesanan oleh orang yang sama, tidak ada informasi jika sudah dilakukan pencatatan pemesanan. Sehingga karyawan sering mengalami kesalahan dalam penulisan pemesanan, sering terjadi kehilangan berkas, seperti nota transaksi yang hilang atau tercecer karena lupa menaruhnya, dan pelanggan harus datang langsung ke tempat jasa percetakan sehingga membuang waktu untuk melakukan pemesanan.

Dengan adanya masalah diatas, penulis memberikan beberapa solusi yang berdasarkan penelitian terdahulu, yaitu merancang *e-market* untuk kelompok usaha pemuda binaan desa Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Jawa Tengah sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan produk UMKM (Ajib, 2014), merancang aplikasi *marketplace* tiket acara *online* berbasis *web* di Kota Salatiga, dengan adanya aplikasi tersebut mampu menjadi sarana media promosi dan memudahkan dalam pembelian tiket (Arga, 2017), meneliti tentang perancangan aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *website*, keuntungan yang didapat bagi pemilik toko jasa percetakan yaitu dapat memperluas daya cakupan iklan tokonya sehingga masyarakat luas bisa lebih tahu adanya percetakan tersebut.

Dengan adanya aplikasi ini, informasi layanan percetakan di suatu wilayah dapat diintegrasikan dengan sistem ini (Rahmat, 2018). Dari ketiga solusi tersebut penulis memilih *marketplace* sebagai solusi yang cocok untuk masalah tersebut, karena *marketplace* dapat digunakan untuk peningkatan pemasaran dan penjualan produk. Jasa percetakan juga tidak segan untuk membuat suatu sistem informasi *marketplace*, karena dengan adanya sistem tersebut sangat membantu pelanggan yang sudah loyal kepada mereka selama ini untuk dapat mengetahui seluk beluk perusahaan baik profilnya ataupun spesifikasi informasi jasa percetakan. Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem ini adalah metode *waterfall* yaitu metode pendekatan alur hidup perangkat lunak secara bertahap, dengan adanya sistem tersebut sangat mungkin untuk merangkul pelanggan baru yang sebelumnya tidak tahu sama sekali mengenai perusahaan tersebut dan segan untuk bertanya, dengan mudah bisa mencari informasi lengkap perusahaan dan jasa percetakan melalui akses internet *web*.

Alternatif untuk meningkatkan jangkauan pemasaran yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan jasa percetakan ingin membangun sarana pemasaran, maka dibuat aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *web*, di fokuskan untuk menyebarkan informasi jasa percetakan. Pada aplikasi ini menghadirkan layanan, fasilitas, menu, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam mencari informasi jasa percetakan yang ditawarkan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengatasi masalah yang terjadi pada jasa percetakan, seperti kesalahan dalam pemesanan, sering terjadi kehilangan berkas, dan pelanggan harus datang langsung ke tempat jasa percetakan?
2. Bagaimana menerapkan metode *waterfall* dalam aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *web*?
3. Bagaimana menguji aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *web*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu mempunyai tujuan dan sasaran. Tujuan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Merancang aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *web*.
2. Menerapkan metode *waterfall* dalam mengembangkan aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *web*.
3. Melakukan pengujian menggunakan *blackbox* untuk menguji aplikasi *marketplace* jasa percetakan berbasis *web*.

### **1.4 Batasan Masalah**

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu memiliki batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Sistem membahas tentang pemasaran dan pemesanan jasa percetakan sampai dengan pembayaran.
2. Perancangan sistem menggunakan UML.
3. Transaksi pemesanan dapat dilakukan jika pelanggan sudah melakukan pendaftaran.

4. Jasa percetakan melayani cetak undangan, cetak yasin, banner, kartu nama, pamflet.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Masyarakat
  - a. Dapat mempermudah mendapatkan informasi jasa percetakan.
  - b. Dapat memesan percetakan melalui aplikasi yang telah disediakan
2. Bagi Mahasiswa
  - a. Meningkatkan wawasan berpikir ilmiah dan kemampuan menganalisis suatu masalah khususnya dalam hal terkait dengan sistem *marketplace* jasa percetakan.
  - b. Dapat di jadikan bahan masukan dan bahan pertimbangan untuk membuat keputusan, khususnya mengenai sistem *marketplace*.
  - c. Diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi mahasiswa.
3. Bagi Jasa Percetakan
  - a. Mempermudah jasa percetakan untuk mempromosikan produk yang dimiliki.
  - b. Meningkatkan jangkauan pemasaran jasa percetakan.