

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu bidang yang sangat memerlukan bantuan teknologi. Sehingga jika pemasaran hanya dilakukan dengan konvensional, artinya pembeli bertemu dengan penjual, tentu kurang efisien karena konsumen tidak dapat mencari informasi tentang barang tersebut kapan saja dan dimana saja maka akan berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan. Jika menggunakan teknik konvensional, ada beberapa kekurangan diantaranya jika toko si penjual itu tutup, maka mereka tidak dapat memasarkan barang yang mereka jual untuk beberapa waktu, selain itu, dengan teknik konvensional, akses data lambat dan manajemen data lemah karena tidak tersusun dengan baik.

Internet merupakan salah satu solusi untuk memecahkan masalah tersebut, dimana dengan internet seorang konsumen hanya duduk dan *online*, kemudian masuk ke *website* perusahaan tempat menjual barang yang dimaksud, selanjutnya konsumen dapat melihat informasi-informasi tentang barang yang sedang dicari. *Website* dapat membantu perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, karena dengan *website* konsumen dapat berhubungan langsung dengan penjual tanpa perbedaan jarak dan waktu.

Tingkat *usability* yang tinggi pada *website* merupakan hal yang harus dipenuhi agar *website* tersebut mencapai tujuan awal pembuatannya. Banyak sekali fakta yang menunjukkan bahwa *usability* yang rendah pada suatu *website*

memberikan dampak negatif. *User Centered Design (UCD)* yang muncul dengan membawa konsep pengembangan suatu produk baik itu perangkat lunak (*website*) maupun perangkat keras berorientasi pada pengguna, telah terbukti berhasil membuat tingkat *usability* dari produk menjadi tinggi. UCD dalam hal ini dicoba untuk meningkatkan tingkat *usability*. Dasar ukuran tingkat *usability* meliputi : *effectiveness* (efektivitas), *efficiency* (efisiensi), *satisfaction* (kepuasan). Penerapan UCD dilakukan dengan melaksanakan aktivitas-aktivitas dengan menggunakan metode-metode UCD yang ada. Metode tersebut adalah : Kuisisioner, *focus group*, *interview*, *task modeling* dan *prototyping*. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis mengambil topik **“Penerapan Metode User Centered Design (UCD) Untuk Meningkatkan Usability Sistem Pemasaran Online”** .

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah “Apakah penerapan metode UCD dapat meningkatkan *usability* sistem pemasaran online?”.

C. Ruang Lingkup Penelitian

Mengingat luasnya cakupan bahasan pemasaran, maka penulis akan membuat batasan masalah tersebut agar penulisan ini terfokus pada masalah yang diangkat menjadi judul skripsi. Adapun batasan masalah dari pembangunan sistem ini adalah sebagai berikut :

- Sistem yang akan dibuat berupa *website e-commerce* yang menyediakan informasi produk yang dijual.
- Pengguna Sistem ini ada 2 yaitu admin, dan pelanggan.

Adapun masalah yang tidak akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

- Pembayaran Secara Online
- Masalah keamanan bertransaksi
- Pembelian produk yang dilakukan oleh perusahaan

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

- Menganalisis masalah-masalah yang ada pada sistem yang sedang berjalan yang dapat dijadikan dasar untuk membuat sistem yang baru.
- Merancang dan mengembangkan sistem pemasaran online yang berorientasi pada pengguna.
- Mempermudah proses transaksi dan memperluas area pemasaran.
- Meningkatkan *usability* sistem pemasaran online.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pembandingan antara ilmu manajemen (teori) dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan (praktek). Sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih memajukan ilmu yang sudah ada untuk diterapkan pada dunia nyata dan dapat menguntungkan bagi berbagai pihak.

Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar studi pembandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

2. Manfaat Bagi Lokasi Penelitian

- Meningkatkan citra perusahaan sehingga lebih dikenal masyarakat.
- Meningkatkan pelayanan dan kepuasan terhadap pelanggan terutama dalam hal pemesanan produk.
- Meningkatkan jumlah pelanggan.
- Memberikan informasi yang tepat mengenai produk dan perusahaan.

3. Manfaat Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis tentang pengembangan sistem informasi berbasis web.