

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minang Raya Holiday adalah biro perjalanan wisata yang menyediakan paket wisata alam dan sosial budaya, *tour* pulau yang ada di Sumatera Barat, reservasi hotel, penyewaan mobil dan bus, *adventure trip* dan *outbound training*. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 8 Agustus 2013, beralamat di Jl.DRS.Mohammad Hatta, No.10 Kapalo Koto, Padang.

Minang Raya Holiday memiliki sebuah *website* dengan nama domain *www.minangrayaholiday.com*. Namun pada *website* tersebut tidak tersedia sarana untuk melakukan pemesanan jasa. Untuk memesan jasa, konsumen bisa menemui langsung pemilik atau menghubungi perusahaan melalui telepon. Oleh karena itu, konsumen tidak bisa memesan jasa kapanpun dan dimanapun mereka berada. Selain penggunaan *website* yang belum maksimal, Minang Raya Holiday juga belum memiliki sarana yang memanfaatkan kemajuan teknologi *mobile*.

Penggunaan internet sangat penting untuk pengembangan bisnis, hal itu dapat terlihat dari kesuksesan perusahaan-perusahaan yang terlebih dahulu memanfaatkan internet dalam memperkenalkan produknya. Di dalam bukunya Ni Ketut Susrini (2010) menyatakan internet dan segala didalamnya telah dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis. Peritel besar sekelas wal-mart semenjak Agustus 2009 menambahkan keragaman produk yang dijualnya melalui jalur *on-line*. Sukses tersebut tidak hanya diraih oleh para peritel besar. Banyak wirausahawan pemula yang memilih internet sebagai jalur penjualan dan meraih keuntungan darinya karena memiliki beberapa keunggulan seperti modal yang dibutuhkan minim, mempunyai jangkauan yang lebih luas, dapat diakses oleh pengguna internet di seluruh dunia dan waktu operasional yang tidak terbatas. Belajar dari banyaknya wirausahawan pemula yang meraih keuntungan dengan pemanfaatan internet, Minang Raya Holiday membutuhkan suatu sistem agar

perusahaan ini tidak tertinggal dari para pesaingnya. Dengan sistem tersebut konsumen dapat memilih kemudian memesan jasanya secara *online*.

Selain menggunakan aplikasi *web*, biro ini juga membutuhkan adanya aplikasi *mobile*. Dengan adanya aplikasi *mobile* konsumen bisa melakukan pemesanan barang dengan lebih cepat, karena pemesanan bisa dilakukan menggunakan perangkat *mobile* yang bisa dibawa dengan mudah kemana saja. Pangsa pasar untuk penggunaan aplikasi *mobile* ini sangat tinggi mengingat tingginya penggunaan *mobile internet* di Indonesia. Erwin (2015) melaporkan laporan dari Opera Mediaworks dan Mobile Marketing Association (MMA) yang dirilis di Singapura, Selasa, 24 November 2015 bahwa Indonesia merupakan salah satu negara Asia Pasifik yang menunjukkan pertumbuhan penggunaan perangkat *mobile* dan internet yang signifikan. Hingga saat ini jumlah pengguna *mobile internet* Indonesia sudah mencapai 93,16 persen. Selain itu laporan ini juga menyatakan bahwa di antara enam negara – India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam - Android merupakan sistem operasi yang paling banyak digunakan (67 persen). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile* terutama perangkat *mobile* yang berbasis Android sangat besar di Indonesia.

Untuk menanggulangi permasalahan diatas, dilakukan penelitian untuk membuat sebuah sistem informasi pemasaran jasa. Sistem ini menyediakan sarana yang mempermudah konsumen dalam melihat informasi jasa yang akan di beli dan melakukan pemesanan secara langsung pada sistem, tanpa harus bertemu dengan pemilik atau langsung ke perusahaan. Selain itu juga diharapkan dapat membantu permasalahan pemasaran jasa Minang Raya Holiday serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen perusahaan. Oleh karena itu, judul penelitian kali ini adalah “Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Web* dengan Akses *Mobile* pada Biro Perjalanan Wisata Minang Raya Holiday”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diambil suatu rumusan masalah, yaitu bagaimana membangun sistem informasi pemasaran berbasis *web* dengan akses *mobile* pada Biro Perjalanan Wisata Minang Raya Holiday.

1.3 Batasan Masalah

Agar fokus dalam melakukan penelitian dan tidak meluasnya permasalahan yang dibahas, maka penulis membatasi permasalahan dalam pembangunan sistem informasi ini. Batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi sistem informasi pemasaran jasa di Minang Raya Holiday dibangun sampai tahap implementasi dan pengujian.
2. Aplikasi ini mencakup penjualan jasa berupa paket wisata, pemesanan kamar hotel dan sewa mobil.
3. Pengujian aplikasi hanya sebatas memeriksa kesesuaian fungsional sesuai dengan yang dirancang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membangun sistem informasi pemasaran berbasis *web* dengan akses *mobile* pada Biro Perjalanan Wisata Minang Raya Holiday.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya aplikasi ini diharapkan akan memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan jasa di Minang Raya Holiday. Dengan penggunaan aplikasi ini juga diharapkan akan lebih memajukan penggunaan teknologi yang bermanfaat di tengah masyarakat khususnya penggunaan aplikasi *mobile*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi 6 bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah yang ada, perumusan masalah berdasarkan latar belakang, tujuan dari penelitian, batasan masalah yang akan dibahas serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori pendukung tentang pembangunan aplikasi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang dasar-dasar penelitian, objek penelitian, dan prosedur penelitian.

BAB IV : ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan hasil dari analisis kebutuhan dan perancangan sistem informasi pemasaran pada Biro Perjalanan Wisata. Analisis sistem ini menggunakan *tools Business Process Model and Notation (BPMN)*, *use case diagram*, dan *use case scenario*. Sedangkan pada perancangan sistem terdiri dari *entity relationship diagram*, arsitektur aplikasi, *context diagram*, *data flow diagram* dan *user interface*.

BAB V : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini menjelaskan mengenai implementasi dan pengujian dari sistem informasi pemasaran pada Biro Perjalanan Wisata Minang Raya Holiday. Adapun implementasi yang dijelaskan pada bab ini adalah implementasi aplikasi basis data, implementasi pengkodean dan implementasi tampilan *user interface*. Pengujian berupa pengujian aplikasi *web* dan *mobile*.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian. Disamping itu, penulis juga memberikan beberapa saran untuk pengembangan sistem lebih lanjut.