

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

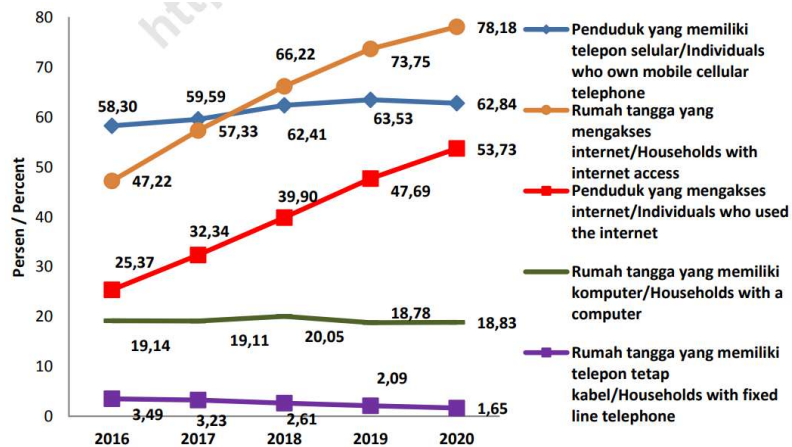
Tingkat perkembangan teknologi semakin hari semakin meningkat dan maju. Internet menjadi sarana yang sangat digunakan pada era modern ini. Dengan adanya internet, banyak penjualan yang berpindah menjadi penjualan secara *online* atau bisa disebut *e-commerce*.



Gambar I-1 Hasil Survei Pertumbuhan Usaha *E-Commerce* (Asnawi, 2022)

Dapat dilihat pada Gambar I-1 hasil survei yang dilakukan oleh BPS terhadap pertumbuhan usaha *e-commerce* di Indonesia. Data perusahaan yang telah beroperasi lebih dari sepuluh tahun yang lalu hanya tercatat angka pada 15,49 persen, lalu pada rentang tahun 2010 – 2016 tercatat angka sebesar 38,58 persen usaha, dan semakin meningkat pada rentang tahun 2017-2019 mencatat angka sebesar 45,93 persen usaha baru yang mulai beroperasi (Badan Pusat Statistik, 2020). Kegiatan perekonomian khususnya pada transaksi perdagangan semakin tumbuh dengan pesat yaitu sebesar 71,18 persen dari sejumlah 16.277 usaha *e-commerce* yang dianalisis dalam tiga tahun terakhir, kegiatan transaksi perdagangan memanfaatkan jaringan internet (Badan Pusat Statistik, 2020). Oleh karena itu, internet merupakan media teknologi informasi yang luar biasa pada era modern ini. Dengan berbagai manfaat yang disediakan oleh internet, banyak manusia yang memilih untuk memanfaatkan internet untuk kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Indikator Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Indonesia, tingkat penggunaan internet rumah tangga akan mencapai 78,18% pada tahun 2020. Tingkat pertumbuhan penggunaan internet rumah tangga ini juga akan mengikuti tingkat pertumbuhan penduduk yang menggunakan telepon seluler pada tahun 2020 yang mencapai 62,84%. Kepemilikan komputer pada rumah tangga meningkat menjadi 18,83% pada tahun 2020. Penduduk yang menggunakan internet juga meningkat selama 2016-2020, yang ditunjukkan dengan peningkatan persentase penduduk yang mengakses internet pada tahun 2016 dari sekitar 25,37% menjadi 53,73% pada tahun 2020. Di sisi lain, tingkat kepemilikan telepon rumah menurun dari tahun ke tahun sejak 2016, sekitar 3,49%, turun menjadi 1,65% pada tahun 2020 (Tri Sutarsih, Desy Apresziyanti, Heny Wulandari, 2020). Hampir setiap orang menggunakan internet setiap hari dan jejaring sosial paling sering digunakan setiap hari. Dengan ini, internet dapat dijadikan sebagai sarana penjualan maupun komunikasi yang sangat tepat untuk digunakan pada era modern ini. Menggunakan internet berupa solusi untuk mempromosikan bisnis, karena dengan menggunakan pemasaran melalui internet, berarti tidak ada batasan, waktu, dan jangkauan pemasaran akan menjadi lebih luas. Berikut adalah hasil survei perkembangan teknologi pada Gambar I-2.



Gambar I-2 Hasil Survei Perkembangan Indikator Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tri Sutarsih, Desy Apresziyanti, Heny Wulandari, 2020)

PT Laxon Realty International merupakan perusahaan yang bergerak di bidang properti yang berlokasi di Jl. Cibatu Raya No.51A, Antapani, Kota Bandung, Jawa

Barat 40291. Beberapa produk PT Laxon Realty International adalah apartemen, rumah, tanah, gudang, pabrik dan masih banyak lagi.

Di era modern saat ini, penyebaran informasi dapat dilakukan dengan sangat cepat ke seluruh dunia melalui berbagai teknologi informasi. Apabila penyebaran informasi masih menggunakan media cetak, maka akan membutuhkan biaya yang besar, waktu pemrosesan informasi yang lambat, dan transmisi informasi yang sangat terbatas. Apabila promosi masih menggunakan media cetak, tentu memerlukan biaya yang lebih dan memerlukan waktu yang lama dalam menyampaikan informasi, serta memiliki jangkauan yang terbatas. Hal ini menjadi permasalahan di setiap perusahaan untuk mempromosikan perusahaannya kepada masyarakat, termasuk PTLaxon Realty International.

Website merupakan salah satu media periklanan *online* yang dapat diakses secara luas oleh konsumen. *Website* dapat digunakan sebagai media penyampaian untuk promosi produk atau jasa. *Website* untuk media penjualan biasanya berisi beberapa informasi seperti gambar produk, harga, dan detail dari produk yang dijual oleh perusahaan. Namun, dalam membangun situs *website* membutuhkan keahlian dalam melakukan perancangan dan *tools* desain untuk membuat tampilan yang menarik. Selain itu, pemahaman tentang cara menggunakan *tools* ini diperlukan, karena tidak semua orang bisa memprogram untuk membangun sebuah *website*. Oleh karena itu, solusi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi '*CMS*' *Content Management System* untuk mengelola situs web. Salah satu *CMS* yang terkenal dan familiar bagi para pengembang *website* adalah Wordpress. Wordpress merupakan salah satu *web developer* yang berbasis *CMS* (*Content Management System*) yang memiliki kemampuan untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya dan bersifat *open source*. Wordpress pada dasarnya adalah merupakan *software* yang dapat membantu untuk membangun *website* dengan lebih mudah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dibuat judul penelitian “Perancangan Aplikasi Penjualan Properti *Secondary* Berbasis *Website* Menggunakan Wordpress”.

I.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang mendasari penelitian ini adalah:

1. Pencarian informasi terkait PT Laxon Realty Internasional tidak mudah.
2. PT Laxon Realty Internasional membutuhkan situs web untuk memperluas pencarian informasi dan menaikkan penjualan.
3. Pengeluaran lebih banyak karena melakukan promosi di *website* lain.

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Merancang tampilan *website* penjualan properti *secondary* untuk PT Laxon Realty internasional.
2. Membangun *website* penjualan properti *secondary* untuk PT Laxon Realty Internasional.
3. Menguji hasil *website* yang telah dibuat untuk mengetahui apakah tampilan *website* dari *website* sudah sesuai dengan keinginan pengguna, serta mengetahui apakah semua fungsi dari *website* sudah dapat berjalan dengan semestinya.

I.4 Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Perancangan *website* menggunakan aplikasi Figma dan metode *User Centered Design*.
2. Pembuatan *website* menggunakan *Wordpress* dan metode *Prototyping* model.
3. Pengujian menggunakan metode *blackbox* dan *usability* testing.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini:

1. Bagi Penulis, dapat merancang, membuat, dan menguji *website* penjualan properti.
2. Bagi Universitas Telkom, menambahkan informasi terkait perancangan *website* penjualan properti.
3. Bagi peneliti lain, *website* ini dapat dijadikan rujukan dalam pembuatan dan pengembangan *website* penjualan properti.
4. Bagi PT Laxon Realty Internasional, *website* ini dapat digunakan untuk melakukan penjualan dan promosi, terhadap properti yang ingin dijual oleh PT Laxon Realty Internasional.

I.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat uraian latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Dalam bab ini juga berisi mengenai penelitian terdahulu serta alasan pemilihan kerangka kerja.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, akan membahas penjelasan model konseptual, sistematika penyelesaian masalah, pengumpulan data, metode evaluasi dan alasan pemilihan metode.

BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini, akan membahas tentang penjelasan dari hasil analisis yang telah dilakukan berdasarkan metode yang digunakan.

BAB V IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Pada bab ini, akan dilakukan implementasi aplikasi berdasarkan hasil analisis yang telah dibuat, dan melakukan pengujian sesuai dengan metode pengujian yang digunakan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

pada bab ini akan terdapat kesimpulan dan saran yang penulis dapatkan berdasarkan hasil tugas akhir yang dibuat.