

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan pemasaran di Indonesia pada bisnis internasional mulai mencakup penilaian dan analisis pada pasar, memasarkan secara internasional sampai melakukan kegiatan ekspor impor. Salah satu bisnis yang melakukan kegiatan ekspor impor antar negara adalah Indonesia – Turki.

Turki dan Indonesia merupakan dua negara yang terpisah 9 ribu kilometer berdasarkan peta geografis. Hubungan antar Turki dan Indonesia relatif strategis dengan kecenderungan kegiatan kerja sama yang semakin meningkat, Turki melihat potensi yang besar untuk terus memperkuat kerja sama dengan Indonesia khususnya dalam hubungan ekonomi. Indonesia menjadi salah satu kunci bagi Turki untuk bisa tembus jangkauan pada pasar ASEAN yang berpenduduk 650 juta jiwa (Subarkah, 2020).

Pada berita Oktober 2020, terhitung sekitar 5.000 WNI (Warga Negara Indonesia) tinggal dan menetap di Turki. Sebagian besar adalah mahasiswa (2.700 WNI) dan pekerja Spa (1.500 WNI) (Supriatna, 2020).

Sudah seharusnya Indonesia dan Turki berkolaborasi bersama dengan besarnya potensi kedua negara. Lebih dari sekedar teman dalam sejarah dan politik, hal penting lainnya adalah untuk memperkuat kerja sama perdagangan dan investasi dalam sektor pariwisata (Shofiara, 2020).

Melihat banyaknya peluang yang ada di negara Turki, maka beberapa warga negara Indonesia memanfaatkannya sebagai bisnis. Bisnis ekspor impor dari warga Indonesia salah satunya adalah Tourgether.in. Tourgether.in mencari peluang bagaimana cara agar mereka bisa keluar negeri dan juga menghasilkan uang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ahmad Fauzan Rifai Direktur Tourgether.in, Tourgether.in adalah salah satu bisnis yang membuka jasa titip barang ekspor impor dan pangan ataupun jasa titip beli barang dari Indonesia menuju Turki dan sebaliknya.

Kegiatan tersebut baru dijalankan dari perorangan hingga membentuk suatu tim yang belum terlalu besar, sehingga bisnis tersebut masuk kedalam kategori UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) (Rifai, 2021).

Tourgether.in membuka dan mencari para wisatawan yang ingin berwisata keluar negeri dengan biaya yang terjangkau khususnya perjalanan ke Turki namun tanpa bagasi. Jika melakukan penerbangan Internasional akan mendapatkan free kabin sebesar 7-kilogram dan bagasi sebesar 30 kilogram. Tourgether.in memanfaatkan bagasi tersebut untuk meletakkan barang dan pangan yang akan di bawa menuju negara tujuan untuk di ekspor ataupun impor.

Wisatawan yang ingin berwisata ke Turki melalui bisnis Tourgether.in hanya membayar setengah harga dari harga normal karena tanpa bagasi yang digunakan untuk pribadi. Maka dari itu, Tourgether.in membutuhkan banyak wisatawan untuk memanfaatkan bagasinya guna menyimpan barang ekspor.

Cara pemesanan pada bisnis terbilang masih konvensional yaitu dengan cara menyebar pamphlet melalui perorangan dan atau melalui media social serta mengisi formulir pendaftaran secara manual. Belum terlalu dalam menerapkan teknologi informasi yang sudah semakin berkembang.

Direktur tourgether.in Ahmad Fauzan Rifai menyatakan bahwa setiap bulan selalu ada barang yang harus dikirim ke Turki (Rifai, 2021). Permasalahan pada bisnis adalah jarang ada wisatawan yang ingin bergabung dengannya karena keterbatasan informasi yang didapatkan serta tim harus menjelaskan ulang terkait informasi perjalanan secara manual kepada wisatawan yang baru ingin bergabung dengannya atau hanya sekedar bertanya terkait bisnisnya.

Oleh karena itu, penelitian ini disusun sebagai saran dan masukan kepada Tourgether.in agar mencoba menggunakan Sistem Informasi Pemasaran berbasis *Web* dalam kegiatan jasa titip barang ekspor impor untuk memberikan informasi seputar bisnis, perusahaan dan memberikan formulir pendaftaran wisatawan, agar terperinci dan terkendali.

Penelitian ini diberi judul “Implementasi Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Web* dalam kegiatan Jasa Titip Barang Ekspor Impor pada Bisnis Tourgether.in”.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang diangkat pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana memahami proses bisnis yang sudah berjalan dan kebutuhan sistem perusahaan?
2. Bagaimana rancangan sistem informasi yang akan digunakan?
3. Bagaimana proses implementasi sistem informasi yang akan digunakan perusahaan?
4. Bagaimana evaluasi hasil implementasi penggunaan sistem informasi?

1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan

1. Mengetahui proses bisnis yang sudah berjalan dan kebutuhan sistem pada bisnis.
2. Melakukan rancangan sistem informasi yang akan digunakan.
3. Mengetahui proses implementasi pada bisnis.
4. Melakukan evaluasi hasil implementasi yang telah dilakukan.

1.3.2 Manfaat

1. Membantu peneliti dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan dengan langsung mengembangkan sistem informasi yang sudah tersedia sehingga dapat merasakan dan menghayati apakah ilmu pengetahuan yang diperoleh selama ini dapat dipergunakan sebaik mungkin.
2. Membantu pengguna dalam memberikan informasi seputat bisnis.
3. Membantu proses dokumentasi dan monitoring dalam proses bisnis.

1.4 Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, perlu adanya Batasan masalah sehingga ruang lingkup menjadi lebih jelas. Adapun Batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Sistem informasi yang akan dibahas dan digunakan adalah perangkat lunak sistem manajemen konten WordPress.
2. Penelitian ini hanya sampai tahap uji coba pengguna dengan perwakilan manajemen perusahaan dan pelanggan dan atau calon pelanggan.

1.5 Sistematika penulisan

Secara sistematis, pembahasan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Merupakan bab pembuka yang memberikan gambaran umum mengenai pelaksanaan penulisan. Dalam bab ini berisikan latar belakang, masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan manfaat dan sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN LITERATUR

Berisi beberapa teori yang berkaitan erat dengan objek penelitian yang dibahas, yakni mengenai “Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Web* Menggunakan dalam Kegiatan Jasa Titip Barang Ekspor Impor pada Bisnis Tourgether.in”.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Terdapat serangkaian atau cara penulisan dalam mencari data dan informasi untuk kebutuhan memanfaatkan sistem informasi pemasaran berbasis *web* menggunakan WordPress. Selain itu, bab ini menjelaskan rancangan penelitian yang berisi metode penelitian yang digunakan dan jenis penelitiannya.

4. BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN

Berisi penjelasan mengenai tahapan dalam melakukan proses uji coba terhadap sistem menggunakan data perwakilan manajemen perusahaan pelanggan dan atau calon

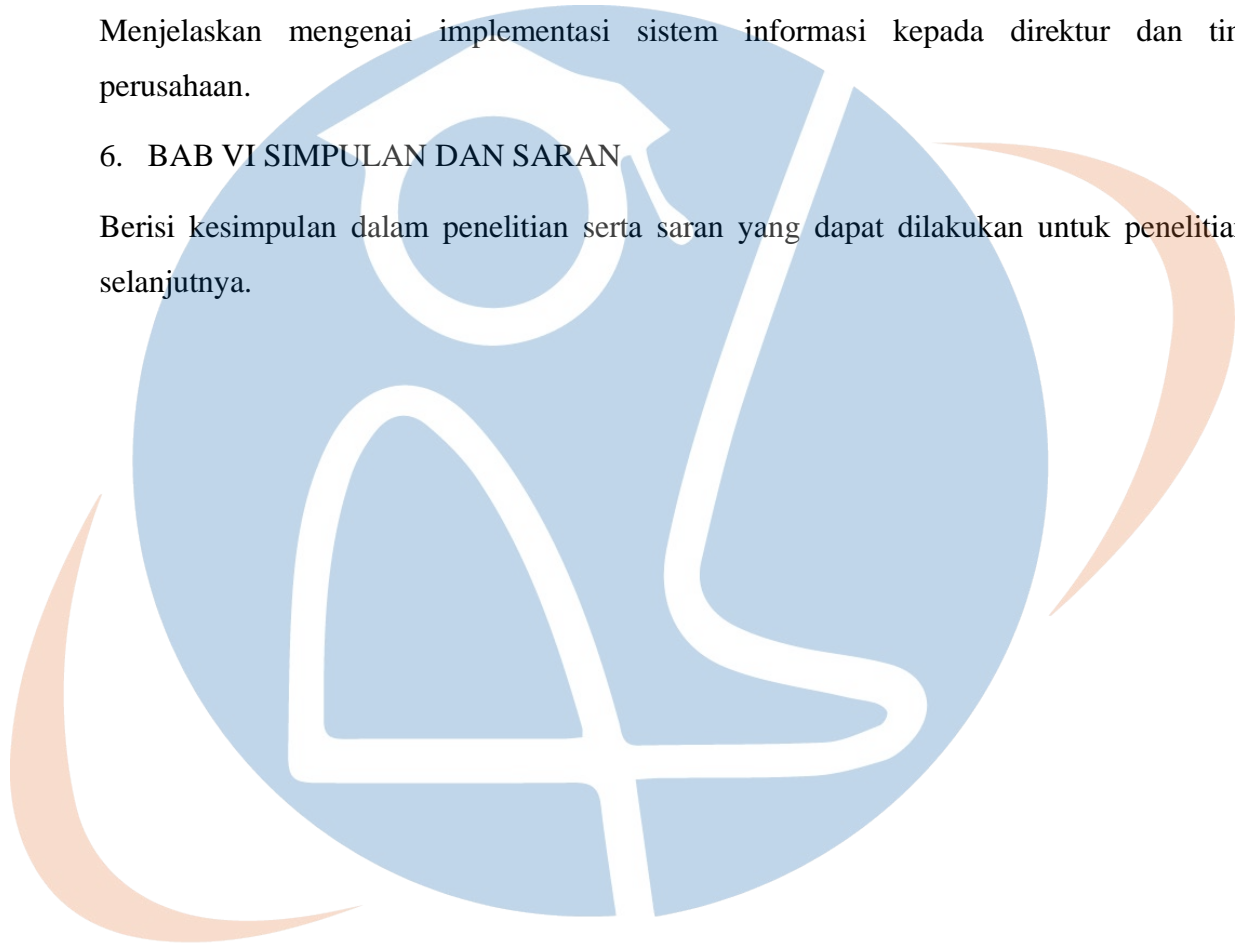
pelanggan, mulai dari analisis pengelolaan tim, proses pelaksanaan input data wisatawan, identifikasi masalah dan penyelesaiannya.

5. BAB V IMPLEMENTASI DAN EVALUASI

Menjelaskan mengenai implementasi sistem informasi kepada direktur dan tim perusahaan.

6. BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dalam penelitian serta saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya.



STT - NF