

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi seperti sekarang, manusia sangat bergantung pada teknologi, hal ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar setiap orang dari orang tua hingga anak muda, para ahli hingga orang awam pun menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupannya. Namun pada zaman dahulu orang-orang membaca katalog cetak terdapat kesulitan karena *font* yang kecil atau sulit untuk dibaca, warna yang tidak kontras dan kurangnya terstruktur *layout* untuk produk dan terkadang ada beberapa katalog yang memuat gambar dengan kualitas pecah tentunya ini membuat pelanggan tidak tertarik. Berbeda dengan adanya perkembangan teknologi saat ini yang telah merubah orang-orang dalam membaca dan menggunakan katalog karena memanfaatkan teknologi untuk melihat katalog yang bersifat *online*.

Katalog adalah daftar barang dan jasa yang biasanya diperjual belikan oleh suatu perusahaan kepada para pembeli, *end user* ataupun perusahaan lainnya yang mana bentuknya bisa bermacam-macam, seperti kartu, buku, lembaran atau *digital* yang sering disebut dengan katalog *online*. Menurut (Khafidz Ibnu Mubarak, 2019) “Katalog digunakan sebagai media yang digunakan dalam suatu perusahaan untuk mempromosikan atau menawarkan serta memberikan informasi produk yang terdiri dari gambar-gambar produk yang dijual untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan”. Katalog *online* adalah suatu sistem informasi dari suatu katalog yang berisi seluruh daftar produk atau jasa, merk, jenis, harga, spesifikasi lengkap, dan juga jumlah barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan yang bisa diakses secara digital.

Perspektif kehidupan manusia yang terbantu dengan sistem informasi adalah bisnis atau perdagangan, bisnis kedepannya tentu akan mengalami perubahan dari segi sistem. Sistem bisnis yang menerapkan konvensional atau tradisional beralih menjadi sebuah hal yang dikenal yaitu digital atau terjadi sebuah digitalisasi. Menurut (Parviainen et al., 2017) yaitu “Digitalisasi merupakan sebagai salah satu identifikasi yang merubah salah satu bentuk utama pola masyarakat atau bisnis

dalam jangka pendek dan jangka panjang di masa mendatang”. Sedangkan menurut (Raza et al., 2020a) dalam (Brennen & Kreis, 2014) “Digitalisasi mengacu untuk peningkatan dalam menggunakan teknologi digital atau komputer oleh organisasi, *industry* dll”.

Toko Indieglo Computer merupakan salah satu toko elektronik komputer di Malang yang berlokasi di Jl. Raya Langsep No. 2 Cybermall, toko ini menjual barang elektronik laptop dengan beberapa *brand* yaitu Asus, Lenovo, Acer, Hp. Sistem penjualan atau pemasaran yang selama ini digunakan oleh toko dengan cara menawarkan dan memasarkan produk dengan menggunakan brosur cetak.

Pada toko Indieglo Computer merasa cara menawarkan brosur cetak ini merupakan pemborosan kertas brosur karena pada setiap bulan ada beberapa barang baru yang selalu datang, tentunya disini brosur harus dilakukan *edit* ulang dan di print ulang hal ini merupakan pemborosan kertas. Menurut pengamatan penulis di Indieglo Computer sebagian besar *customer* yang datang selalu menanyakan katalog *website* toko untuk melihat produk agar lebih leluasa dari segi tipe, warna, model, spesifikasi secara detail, namun di Indieglo Computer tidak memiliki sistem katalog contoh seperti *website* katalog sehingga hanya memberikan brosur toko. Ketika *customer* ingin melihat katalog barang namun ruang pada brosur terbatas, hal ini membuat minat kurang menarik perhatian *customer*, sehingga *customer* mengalami kesulitan untuk memperoleh informasi mengenai produk baru.

Untuk memberi solusi dari permasalahan diatas, maka perlu dibuatnya sebuah inovasi baru yaitu dengan digitalisasi katalog yang memanfaatkan *microsite*, katalog ini akan di digitalisasikan dengan menggunakan media *e-commerce* yaitu Tokopedia dan Shopee. Karena dengan mendigitalisasikan sebuah katalog yang dapat membantu mengatasi permasalahan keterbatasan ruang pada sebuah brosur dan juga sangat efisien untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan juga secara *online* di Toko Indieglo Computer, yang link nanti akan dicantumkan pada media sosialnya yang akan mempermudah *customer* untuk mengakses pemesanan dan mencari produk sesuai kebutuhan. Sehingga pada toko Indieglo Computer ketika *customer* datang ke lokasi dan menanyakan brosur atau katalog, maka pihak *sales* toko akan menawarkan untuk membuka *link* *microsite* yang telah dibuat dan

customer akan mengakses lebih leluasa bisa melihat detail produk secara jelas dari harga, spesifikasi, serta warna dan processor.

Berdasarkan hal di atas maka penelitian ini diambil dengan judul “**ANALISA PEMANFAATAN *MICROSITE* SEBAGAI DIGITALISASI KATALOG PADA TOKO INDIEGLO COMPUTER.**”

1.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana cara mengatasi keterbatasan ruang penulisan produk pada brosur katalog di Indieglo Computer?
- Bagaimana cara meningkatkan penjualan di Toko Indieglo Computer?

1.3 Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah, adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian adalah:

- Melakukan digitalisasi katalog sehingga seluruh produk di toko Indieglo Computer dapat dengan mudah ditemukan oleh calon pembeli.
- Meningkatkan penjualan pada toko Indieglo Computer dengan memanfaatkan fitur *microsite* dan media *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat bagi Peneliti

- Manfaat bagi peneliti adalah dapat memperbanyak pengetahuan dan pemahaman baru mengenai alur analisis.
- Peneliti dapat mengetahui cara pembuatan *microsite* pada usaha di toko Indieglo Computer.

1.4.2 Manfaat bagi Lembaga

- Di Indieglo Computer akan mendapatkan masukkan dari penjualan yang katalog digitalisasikan dengan *e-commerce* sehingga meningkatkan penjualan.
- Di Indieglo Computer akan mempermudah memasukkan atau update barang di katalog tanpa harus menggunakan manual.
- Mempermudah dalam memasarkan produk di Indieglo Computer secara *online* dan *customer* bisa melihat produk katalog yang digitalisasikan secara lengkap dari *brand* atau *processor* yang dibutuhkan.

1.5 Batasan Penelitian

- Lingkup Penelitian Toko Indieglo Computer.
- Penelitian hanya membahas tentang katalog yang di digitalisasikan dengan menggunakan media *e-commerce* dengan hasil jumlah yang terpajang di media *e-commerce* dan dibandingkan dengan jumlah kertas katalog berapa yang terpajang.
- Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kuisioner menggunakan skala *likert*.
- Media *e-commerce* yang digunakan yaitu Tokopedia dan Shopee.
- Pemanfaatan *Microsite* ini menggunakan S.id.