

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan sebuah sarana dalam memecahkan masalah yang mendasar dari setiap peradaban manusia (Sardar 1987), maka dari itu tidak dapat dipungkiri lagi bahwa teknologi telah menjadi penopang aktivitas manusia yang semakin meluas ke seluruh lapisan masyarakat. Teknologi tak hanya berupa alat dan mesin saja, namun juga dapat berupa informasi dan komunikasi. Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang dapat diterapkan untuk mengirimkan sebuah informasi melalui media elektronik (Lucas 2000), media elektronik dapat berupa televisi, radio, *handphone*, dan lain-lain. Menurut Rhenald (2000) pengguna *internet* di seluruh dunia berkisar 200 juta dan 67 juta di antaranya berada di Amerika Serikat, sedangkan di Indonesia pengguna *internet* selalu bertambah dua kali lipat setiap 100 hari, tak heran jika jutaan perangkat media elektronik di seluruh dunia sudah terhubung dalam jaringan internet dan tak ada lagi keterbatasan dalam mengakses informasi yang diinginkan. Kemajuan internet juga sangat mempengaruhi kegiatan operasional di organisasi maupun di dunia bisnis, sehingga persaingan menjadi sengit dan menuntut agar pelaku organisasi atau bisnis untuk menggunakan kecanggihan teknologi dan internet semaksimal mungkin.

Dalam dunia bisnis strategi merupakan hal yang sangat penting. Menurut Jauch dan Glueck (dalam Akdon, 2012:13) strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Ada banyak macam strategi yang dapat diterapkan yaitu, strategi harga, strategi produk, strategi promosi, dan lain-lain. Strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen dan menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong

penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang (Boyd, dkk. 2011:150). Strategi promosi yang kerap dilakukan oleh kebanyakan perusahaan adalah promosi dengan menggunakan website, karena dianggap lebih praktis, efisien, terjangkau, dan hasilnya lebih maksimal dibandingkan dengan menggunakan jasa *salesman* atau *salesgirl*.

Website adalah bagian yang paling terlihat sebagai jaringan terbesar di dunia atau yang biasanya disebut internet (A. Taufiq Hidayatullah), maka dari itu website sering dikunjungi untuk mencari informasi dan menjadi sarana bagi siapapun khususnya para pelaku bisnis untuk menjangkau pelanggan, memasarkan produk, meningkatkan penjualan, dan lain-lain. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menemukan bukti nyata bahwa karakteristik website memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan terhadap sebuah bisnis (Alpar 2001). Tak heran jika perusahaan besar maupun perusahaan kecil memiliki website sendiri.

Helokin Indonesia merupakan perusahaan sanitasi yang telah memiliki website untuk mempermudah proses bisnisnya, promosi, menjangkau pelanggan, memberi informasi, dan lain-lain. Namun saat ini Heloklin Indonesia membuat beberapa program baru untuk menjaga kesetiaan pelanggannya, salah satunya adalah memberikan poin kepada pelanggan yang telah melakukan transaksi dan poin tersebut dapat ditukarkan dengan hadiah yang telah disediakan.

Berdasarkan pemaparan diatas, Website Heloklin Indonesia akan dibangun untuk mendukung program baru yang dibentuk agar dapat menjaga kesetiaan pelanggannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, rumusan masalah yang diangkat dalam Praktek Kerja Lapangan ini yaitu bagaimana merancang dan membangun website Heloklin Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan website Heloklin Indonesia terdapat batasan masalah sebagai berikut :

1. Informasi yang disajikan untuk pelanggan dalam websites adalah identitas pelanggan dan poin yang telah didapatkan.
2. Pihak Heloklin yang dapat menggunakan websites ini hanya karyawan bagian marketing.
3. Perangkat lunak yang digunakan untuk membangun website ini adalah Sublime Text dengan bahasa pemrograman *Hypertext Preprocessor* (PHP).
4. Tidak mencakup tentang performa database serta keamanan jaringan.

1.4 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari pembuatan website Heloklin Indonesia yaitu merancang dan membangun website yang berfungsi sebagai sarana pendukung program baru untuk menjaga kesetiaan pelanggan.

1.5 Manfaat

Pembuatan website poin Heloklin Indonesia ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peserta PKL
Dapat mempraktekkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan. Hasil pembuatan website ini akan menambah pengetahuan dan wawasan terkait website, serta mendapatkan pengalaman kerja dalam lingkungan kerja yang nyata.
2. Bagi instansi
Dapat memudahkan pihak Heloklin Indonesia untuk memberikan informasi kepada pelanggan terkait poin yang dimiliki pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
3. Bagi pihak lain
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi untuk pengkajian topik yang berkaitan dengan masalah yang serupa yaitu pembuatan website.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam Laporan Praktek Kerja Lapangan ini, pembahasan materi disajikan dalam enam dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam laporan Praktek Kerja Lapangan di Heloklin Indonesia.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang menjadi dasar dalam perancangan yang menggunakan *ICONIX process* dan pembuatan website ini dengan bahasa pemrograman *Hypertext Preprocessor* (PHP).

BAB III GAMBARAN UMUM ORGANISASI

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang menjadi tempat pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan. Dijelaskan mengenai profil organisasi, visi, dan misi Heloklin Indonesia..

BAB IV PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Pada bab ini membahas tentang metodologi yang digunakan dalam melakukan pembangunan website, pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan, metode pelaksanaan, dan jadwal pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil serta pembahasan mengenai perancangan dan pembuatan website Heloklin Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi mengenai sumber-sumber literatur yang digunakan dalam skripsi ini.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi tentang data pelengkap yang terkait studi kasus dalam pengerjaan Praktek Kerja Lapangan.