BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital saat ini, Teknologi Informasi (TI) berkembang sangat pesat dan berdampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk dalam industri perhotelan dan pariwisata. Manfaat dari kemajuan teknologi informasi yang dapat dirasakan saat ini yaitu akses informasi dengan mudah melalui smartphone, komputer, serta berbagai situs web di internet[1]. Selain sebagai penyedia informasi, situs web juga dapat digunakan sebagai strategi pemasaran. Contoh dari strategi pemasaran adalah iklan dan promosi. Dalam pemasaran, iklan atau promosi bertujuan untuk menarik minat calon pelanggan agar membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh yaitu iklan mengenai pemesanan villa yang dibuat dengan menarik agar dapat menarik minat pelanggan.

Pada saat ini, strategi promosi telah berkembang dan tidak lagi terbatas pada media cetak maupun elektronik seperti televisi dan radio, yang umumnya memerlukan biaya yang mahal. Sebagai alternatif, internet dapat menjadi pilihan yang sangat potensial bagi pemilik usaha untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih hemat. Keunggulan internet sebagai media promosi adalah kemampuannya untuk menjangkau pasar global tanpa batasan geografis. Selain itu, internet juga memungkinkan interaksi langsung antara pemilik usaha dengan calon pelanggan, sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih efektif dan responsif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pemilik usaha dapat menyampaikan informasi mengenai produk atau layanan dengan lebih cepat, efisien, dan interaktif [11].

Salah satu metode yang dapat dilakukan dalam pemasaran digital adalah dengan membangun sebuah *website*. *Website* merupakan sekumpulan halaman yang saling terhubung dalam sebuah domain atau subdomain tertentu [12]. *Website* beroperasi dalam ekosistem global *World Wide Web* (WWW), dan memungkinkan pengguna mengakses berbagai konten secara daring melalui *Uniform Resource*

Locator (URL) [12]. *Website* sendiri memiliki berbagai bentuk dan fungsi. Dalam dunia bisnis, *website* memiliki peran strategis sebagai media promosi yang efektif. Salah satu contohnya adalah dalam pemasaran villa. *Website* dapat menjadi platform untuk menarik calon pelanggan dengan menyajikan informasi lengkap mengenai fasilitas, lokasi, harga, serta keunggulan yang ditawarkan. Dengan tampilan yang menarik, calon pelanggan dapat menjelajahi berbagai pilihan villa tanpa harus datang langsung ke lokasi. Dengan demikian, *website* bukan hanya menjadi media informasi, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan peluang bisnis dan memperluas jangkauan promosi villa secara efektif.

Tidak dapat dipungkiri jika teknologi informasi dapat mempercepat efisiensi dan efektivitas pekerjaan dalam sebuah organisasi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara kerja individu maupun organisasi, yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi lebih canggih [2]. Namun, masih banyak villa yang pengelolaannya masih menggunakan metode manual dalam proses pemesanan dan pencatatan pemasukan. Metode ini sering kali menyebabkan berbagai kendala, seperti risiko *double booking*, kesalahan dalam pencatatan dan kurangnya transparansi dalam pengelolaan data. Selain itu, dari sisi pelanggan, mereka juga dihadapkan pada keterbatasan dalam mengakses informasi terkait ketersediaan villa, harga, serta fasilitas yang ditawarkan.

Villa Kartikasari, sebagai salah satu penyedia layanan akomodasi, menghadapi tantangan yang serupa dalam pengelolaan pemesanan dan pencatatan keuangan. Proses yang masih dilakukan secara manual menghambat efisiensi operasional dan meningkatkan risiko kesalahan data. Sehingga, diperlukan sebuah sistem informasi yang dapat membantu dalam proses pemesanan dan mencatat pendapatan dengan lebih akurat dan transparan.

Dengan berkembangnya teknologi berbasis *website*, solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan membangun sistem pemesanan villa berbasis web. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara mandiri melalui *website*, serta mengakses informasi ketersediaan villa secara *real-time*. Bagi pemilik villa, sistem ini akan membantu dalam mengelola data pemesanan,

memantau pendapatan dan laporan keuangan tanpa harus bergantung pada pencatatan manual. Selain itu, pemasaran melalui *website* juga dapat meningkatkan jangkauan pelanggan. Villa Kartikasari dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, permasalahan yang dihadapi Villa Kartikasari adalah bagaimana cara membangun sistem pemesanan villa berbasis web yang dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan secara *online*?

1.3. Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya mencakup perancangan dan pengembangan aplikasi berbasis web untuk memesan villa, dengan batasan sebagai berikut:

1) Sistem informasi ini hanya dibangun menggunakan platform web.
2) Sistem informasi ini hanya dirancang untuk mengelola proses pemesanan dan pencatatan pendapatan di Villa Kartikasari.
3) Sistem informasi ini hanya menerima metode pembayaran melalui transfer bank, kemudian pelanggan mengunggah bukti pembayaran ke dalam sistem.

1.4. Pertanyaan Penelitian

1) Bagaimana membangun sistem informasi pemesanan villa berbasis web yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan secara *online* dan dapat membantu admin dalam mengelola data pemesanan, data villa, serta laporan pendapatan dan laporan pengeluaran?
2) Bagaimana hasil pengujian sistem informasi pemesanan villa berbasis web berdasarkan penilaian pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan fungsionalitas sistem?

1.5. Tujuan Penelitian

1) Membangun sistem pemesanan villa berbasis web untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan villa secara *online* dan membantu admin dalam mengelola data pemesanan, data villa, serta laporan pendapatan dan laporan pengeluaran.

2) Mengetahui hasil pengujian sistem informasi pemesanan villa berbasis web berdasarkan penilaian pengguna terhadap aspek kemudahan penggunaan dan fungsionalitas sistem.

1.6. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoretis

   Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu sistem informasi, khususnya dalam penerapan konsep digitalisasi proses bisnis pada sektor perhotelan dan pariwisata.

2) Manfaat Praktis

Memberikan dampak langsung terhadap peningkatan efisiensi operasional di villa kartikasari. Proses pemesanan yang sebelumnya dilakukan secara manual, dapat dilakukan *online*, sehingga menguarangi risiko kesalahan pencatatan data dan duplikasi pemesanan. Selain itu, sistem informasi ini mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi ketersediaan villa.