BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fungsi komputer sebagai alat bantu manusia, khususnya sebagai media pengolahan data, baik berskala besar maupun berskala kecil, sekarang ini mengalami pengembangan positif yang sangat pesat. Hal ini didukung oleh faktor pendorong dan faktor keunggulan dari komputer itu sendiri. Faktor pendorong dan keunggulan tersebut dapat berupa kemajuan teknologi dibidang informasi, serta kebutuhan dan tututan manusia yang menginginkan semua pekerjaan dan kebutuhannya dapat dilaksanakan dengan aman, cepat dan akurat. Komputerisasi adalah pemanfaatan komputer secara benar dan semaksimal mungkin, bukan sekedar pengganti mesin ketik. Hal ini harus ditunjang oleh *Hardware, Software dan Brainware*. Untuk masa sekarang ini, ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan harus terpenuhi semua agar komputer dapat menjalankan tugas dan fungsinya secara optimal.

Web atau lebih dikenal dengan istilah internet merupakan salah satu media penyaji informasi yang sangat populer di era sekarang ini, dengan segala keunggulanya, memungkinkan informasi dapat didistribusikan secara cepat, tepat dan dapat diakses secara *global*. Sehingga pendistribusian informasi dengan sistem ini cenderung lebih murah efektif dan efisien dari pada melalui media cetak ataupun media elektronik lainya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap langkah perusahaan untuk mengembangkan diri dapat dengan mudah ditiru oleh perusahaan lain sehingga tidak dapat dipertahankan menjadi *competition advantage* (persaingan yang menguntungkan) secara terus menerus, tetapi sebaliknya strategi pemasaran yang jitu merupakan sumber keunggulan kompetitif yang potensial. Sebagaimana kita ketahui bahwa perusahaan tidak mudah mencari pelanggan untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan tanpa strategi pemasaran yang baik. Salah satu cara yang digunakan perusahaan dalam pemasaran untuk tujuan meningkatkan penjualan yaitu melalui kegiatan promosi. Karena promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi penjualan yang diterapkan suatu perusahaan saat ini.

Promosi merupakan senjata yang paling ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Suatu barang dan jasa tidak akan digunakan/dipakai bahkan tidak dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keungulannya, dimana barang dan jasa dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itulah pelanggan yang menjadi sasaran penjualan barang dan jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas. Maka peranan promosi yang didukung oleh *software* khusus berguna untuk memperkenalkan suatu barang dan jasa baru, oleh karenanya adalah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melakukan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran penjualan barang dan jasa yang efektif. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan. Dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan besarnya manfaat yang diperoleh dari kegiatan promosi yang

dijalankan perusahaan. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainya. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan pada umumnya dan pada bidang penjualan pada khususnya.

PT. Buri Instrumindo Jaya adalah perusahaan yang mengkonsentrasikan diri pada bidang usaha penjualan *sparepart mechanical machine*, jasa perbaikan *mechanical, electrical, instrument* dan *supplier* ini telah berhasil menyelesaikan proyek-proyek, baik dari perusahaan swasta, bumn, maupun instansi pemerintah berupa pekerjaan perawatan dan perbaikan mesin-mesin berteknologi tinggi serta pengadaan *sparepart mechanical machine*, yang mempunyai banyak rekan perusahaan di berbagai wilayah di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian penulis pada PT. Buri Instrumindo Jaya terdapat beberapa kekurangan dalam sistem informasi pemasaran. Untuk saat ini, pada perusahaan tersebut belum terdapat adanya sistem informasi pemasaran barang dan jasa yang memadai (pemasaran *online*) sehingga sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Jika hal ini dibiarkan maka perusahaan akan mengalami perkembangan yang sangat lambat bahkan usahnya tidak dapat dipertahankan dan ini merupakan suatu hal yang sangat merugikan.

Bertumpu pada kekurangan tersebut maka dengan adanya pemrograman berbasis web, penulis berharap untuk dapat membangun sistem pengolahan informasi yang terintegrasi yang dapat mendukung kegiatan pemasaran, sehingga

informasi jasa pada PT. Buri Instrumindo Jaya dapat diakses oleh konsumen kapan pun dan dimana pun. Maka penulis ingin menuangkan kedalam karya tulis berjudul ”SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN *MONITORING ORDER* BERBASIS *ONLINE* PADA PT. BURI INSTRUMINDO JAYA”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Belum terdapatnya aplikasi pemasaran berbasis web untuk mempublikasikan barang yang dijual dan jasa service yang di sediakan, sehingga tidak dapat diakses oleh masyarakat luas dan memiliki pelanggan yang banyak.
2. Belum terdapatnya sistem informasi pemesanan barang dan pendaftaran jasa service secara online.
3. Belum terdapatnya sistem informasi monitoring order/service secara online sehingga pelanggan kurang megetahui informasi pemesanan barang/service-nya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem pemasaran yang sedang berjalan pada PT. Buri Instrumindo Jaya?
2. Bagaimana perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Buri Instrumindo Jaya?
3. Bagaimana implementasi sistem informasi pemasaran pada PT. Buri Instrumindo Jaya?
4. Bagaimana pengujian sistem informasi pemasaran pada PT. Buri Instrumindo Jaya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data, mengolah, menganalisis, dan menginterprestasikan sebagai bahan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas pemasaran agar barang dan jasa yang disediakan oleh PT. Buri Instrumindo Jaya bisa lebih di kenal oleh konsumen luas, baik di dalam atau di luar negeri.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem yang sedang berjalan pada PT. Buri Instrumindo Jaya

2. Untuk membuat perancangan sistem informasi Pemasaran pada PT. Buri Instrumindo Jaya
3. Untuk mengetahui implementasi sistem informasi pemasaran pada PT. Buri Instrumindo Jaya
4. Untuk mengetahui analisis dan pengujian program pada PT. Buri Instrumindo Jaya

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, secara khusus karya tulis ini bermanfaat untuk :

1. Membantu PT. Buri Instrumindo Jaya dalam memperkenalkan *profile* perusahaan kepada masyarakat (konsumen).
2. Membantu bagian pemasaran dalam mempublikasikan barang dan jasa yang di jual, sehingga dapat diakses oleh siapa saja, dan kapan saja.
3. Membantu bagian pemasaran dalam publikasi kegunaan produk, model produk dan harga produk. Sehingga biaya pemasaran dapat diminimalisasi.
4. Memudahkan pelanggan dari PT. Buri Instrumindo Jaya dalam me-*monitoring order/service* mesinnya yang sedang di perbaiki.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Pengembangan ilmu

Sebagai pengembangan ilmu yang diperoleh pada Jurusan Manajemen Informatika khususnya dalam Sistem Informasi Pemasaran pada PT. Buri Instrumindo Jaya.

2. Bagi masyarakat luas :
    a) Sebagai bahan wacana bagi masyarakat umum, untuk menambah wawasan terutama dalam pemrograman web.
    b) Penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan sebagai penelitian lebih lanjut sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan mengambil topik permasalahan yang sama

3. Bagi penulis
    a) Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam mengembangkan teori dan penerapannya pada dunia praktik, khususnya sistem informasi pemasaran *online*
    b) Untuk memenuhi syarat kelulusan/tugas akhir

1.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup pekerjaan yang dilaksanakan dengan tujuan untuk memperkecil masalah yang ada pada bagian pemasaran. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jasa pengiriman hanya memakai jasa dari perusahaan ”JNE” .
2. Sistem informasi pemasaran yang dibangun meliputi bagian transaksi penjualan barang dan order jasa service.

3. Transaksi penjualan dan jasa service yang dimaksud hanya untuk pelanggan non-member (tidak ada sistem member).
4. Pembayaran pemesanan hanya menggunakan *provider* bank Mandiri, BNI, dan BCA.
5. Sistem yang akan dibangun yaitu sistem informasi berbasis *web/online* dengan menggunakan *Dreamweaver* sebagai aplikasi *front end* dan Xampp sebagai aplikasi *back end*.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian PT. Buri Instrumindo Jaya di Jl. Cimanjah No. 6 sukamaju Bandung - Telepon 022-6628284 - Faximile 022-6628284.

1.6.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Estimasi Jadwal Penyelesaian Tugas Akhir

KEGIATAN	Bulan																			
	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Identifikasi Kebutuhan																				
a. Observasi																				
b. Wawancara																				
c. Pengumpulan Data																				
d. Analisis Dokumen																				
2. Membuat Prototype																				
a. Perancangan Proses																				
c. Perancangan Basis Data																				
d. Pembuatan Program																				
3. Menguji Prototype																				
4. Memperbaiki Prototype																				
5. Mengembangkan Versi Produk																				