BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat kini banyak perusahaan yang memilih untuk memasarkan atau mengenalkan produk mereka dengan melalui media online seperti contohnya *website*, karena mereka menganggap cara ini cukup jitu karena website dapat di akses oleh semua orang dimanapun dan kapanpun mereka inginkan atau bahkan dapat diakses di seluruh dunia asalkan mereka mengetahui alamat domain perusahaan tersebut.

Dengan adanya fenomena tersebut maka toko Mekar Raya yang bergerak di bidang tekhnik ingin memanfaatkan peluang ini untuk lebih mengembangkan sayap agar semua orang dapat mengakses *website m*ereka karena tidak menutup kemungkinan sebagai toko teknik yang menyediakan peralatan teknik *sparepart* mesin, cukup banyak orang yang mencari peralatan atau *sparepart* mesin yang tidak umum atau bahkan langka dan sulit untuk di temukan dan toko mekar raya adalah salah satu toko yang memiliki *stock* barang *sparepart* yang kini sulit di temukan di pasararan tapi sangat disayangkan hingga kini promosi yang dilakukan oleh toko mekar raya hanya dari mulut ke mulut saja, belum ada strategi promosi lain yang dilakukan oleh toko Mekar Raya, dengan adanya media promosi melalui pengenalan *website* ini, dimana toko mekar raya dapat meng -upload foto barang – barang mereka di *website* sehingga toko mekar raya dapat memiliki katalog berupa *digital catalog* yang dapat diakses oleh para konsumen yang tidak hanya

berasal dari kota Bandung saja sehingga mereka dapat mengetahui apakah barang yang mereka butuhkan tersedia di toko mekar raya atau tidak, dan para konsumen dapat menghubungi *contact person* toko mekar raya yang tercantum di *website* untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

Pengertian *website* sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk digital baik itu teks, gambar, animasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses dari seluruh dunia. Pada dasarnya *website* dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. *Website* Statis merupakan *web* yang halamannya tdak berubah, biasanya untuk melakukan perubahan dilakukan secara manual dengan mengubah kode. *Website* Statis informasinya merupakan informasi satu arah, yakni hanya berasal dari pemilik softwarenya saja, hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja. Contoh dari pengertian website statis ini, yaitu profil perusahaan.
2. *Website* Dinamis merupakan *web* yang halamannya selalu update biasanya terdapat halaman *backend* (halaman administraror) yang digunakan untuk menambah atau mengubah konten. *Web* Dinamis membutuhkan database untuk menyimpan. *Website* Dinamis ini memnpunya arus informasi dua arah, yakni berasal dari pengguna dan pemilik, sehingga peng-update-an dapat dilakukan oleh pengguna dan juga pemilik website. Contoh dari pengertian website dinamis ini yaitu, Facebook, twitter dll.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dari itu penulis akan mengusulkan sebuah sistem dengan tujuan untuk mempromosikan produk yaitu "**STRATEGI PROMOSI TOKO MEKAR RAYA MELALUI MEDIA WEBSITE**" untuk membahas mengenai sistem promosi yang sudah ada dan yang diusulkan.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah adalah cara untuk mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan objek penelitian dalam membuat laporan penelitian ini. Rumusan masalah adalah gambaran atau rancangan masalah yang akan diteliti dalam sebuah penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disimpulkan permasalahan yang ditemui dapat difokuskan yaitu

1. Kegiatan promosi yang masih menggunakan cara lama yaitu dari mulut ke mulut
2. Ruang lingkup pemasaran yang sempit dan tidak banyak orang yang mengetahui akan keberadaan toko mekar raya.
3. Calon konsumen harus datang langsung ke toko untuk membeli produk yang diinginkan.
4. Tidak tersedianya katalog barang yang dapat membuat konsumen leluasa melihat produk yang toko Mekar Raya jual.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat sebuah strategi promosi toko Mekar Raya melalui media website yang dapat menyajikan informasi perusahaan dan mempromosikan barang yang mereka jual kepada para calon konsumen dengan informasi yang akurat.
2. Bagaimana cara untuk memperluas ruang lingkup pemasaran di Toko Mekar Raya.
3. Bagaimana membangun sebuah toko *online* yang dapat mempermudah calon konsumen untuk membeli barang yang mereka inginkan.
4. Bagaimana membuat sebuah katalog *digital* untuk toko Mekar Raya yang berisi tentang informasi ketersediaan barang beserta keterangan dan detail barang yang lengkap.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Agar toko Mekar Raya dapat mempromosikan produk barang yang mereka jual kepada para calon customer.
2. Agar toko Mekar Raya dapat lebih dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu toko tekhnik yang lengkap di Bandung dengan merancang

pesan promosi dan informasi ketersediaan barang di dalam *website* tersebut.

3. Agar pendapatan toko Mekar Raya lebih meningkat dengan dibangunnya toko *online* ini diharapan dapat meningkat pula jumlah customer yang tidak hanya berasal dari kota Bandung saja di banding sebelum menggunakan strategi promosi melalui media *website* ini, karena dapat mempermudah calon konsumen dalam pembelian barang.
4. Agar toko Mekar Raya dapat memberikan informasi kepada calon konsumen tentang ketersediaan barang dan jenis – jenis barang yang mereka jual kepada calon costumer dalam bentuk katalog digital.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan di toko Mekar Raya dalam memasarkan produk yang mereka jual.
2. Untuk membuat toko Mekar Raya lebih dikenal lagi oleh masyarakat sebagai salah satu too tekhnik yang lengkap di Bandung.
3. Untuk membuat usulan pengembangan informasi produk untuk toko Mekar Raya yang dibutuhkan oleh calon costumer guna meningkatkan kinerja manajemen informasi di Toko Mekar Raya.
4. Untuk membuat sebuah system informasi ketersediaan barang yang dapat mempermudah calon konsumen

1.4 Kegunaan Penelitian

Semua informasi yang dikumpulkan melalui penelitian diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak – pihak tertentu yang membutuhkan, adapun kegunaan dari penelitian ini dapat berguna di lingkungan praktis dan lingkungan akademis.

1.4.1 Kegunaan Penelitian Praktis

1. Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi toko Mekar Raya apakah strategi promosi dengan menggunakan media *website* tersebut sudah efektif atau perlu adanya usaha – usaha lain yang perlu dilakukan toko Mekar Raya untuk menarik minat konsumen.
2. Melalui penelitian ini juga penulis berharap dapat menyumbangkan pemikiran terhadap ilmu tentang sistem informasi, khususnya yang membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh toko Mekar Raya.

Dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa membantu meningkatkan performansi perusahaan yang telah ada sebelumnya, sehingga dapat memberikan informasi secara akurat, relevan dan tepat waktu.

1.4.2 Kegunaan Penelitian Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk :

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang teknologi informasi.

2. Bagi peneliti, sebagai literatur acuan yang berguna bagi pendidikan dan penelitian selanjutnya, terhadap permasalahan tentang Strategi promosi dan Manajemen Pemasaran.
3. Bagi Peneliti, diharapkan berguna bagi peneliti sendiri khususnya dalam menambah dan memperkaya wawasan pengetahuan baik teori maupun praktek.

1.5 Batasan masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih terarah, maka perlu adanya pembatasan pada pembahasan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran ini, yang antara lain sebagai berikut :

1. Hak akses hanya dapat dilakukan oleh satu admin saja untuk mengupdate isi *website* dan meng*upload* gambar baru dll.
2. Pemesanan barang melalui *website* hanya bisa dilakukan oleh member yang sudah mendaftar saja.
3. Barang yang sudah di beli tidak dapat dikembalikan.
4. Pembayaran untuk pemesanan barang via *website* bisa dilakukan melalui transfer via bank BCA, Mandiri, BNI
5. Pengiriman untuk seluruh wilayah indonesia menggunakan jasa Jne.
6. Tidak dilakukan analisis biaya pengadaan perangkat kerasnya. Analisa tidak dilakukan dari segi kelayakan ekonomi.
7. Pembelian Minimal Rp. 50.000 baru barang dapat di kirim.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan lokasi dan waktu penelitan yang dilakukan penulis dapat dijelaskan sebagari berikut:

1.6.1 Lokasi Penelitian

Nama Perusahaan: Mekar Raya

Alamat : Jl Abc Cikapundung Electronic Centre Lantai 01 Blok LL No 01 Bandung

No Telepon : (022) 84460725

1.6.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian yang dilakukan dilaksanakan sejak bulan Maret hingga bulan Juni 2014.

Tabel 1.1 Waktu / Jadwal Penelitian

NO	Nama Kegiatan	Maret 2014				April 2014				Mei 2014				Juni 2014			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Analisis Kebutuhan Sistem Informasi	■	■														
2	Desain																
	a. Struktur Data		■	■	■	■	■										
	b. Arsitektur Perangkat Lunak			■	■	■	■	■									
	c. Representasi Interface				■	■	■	■	■								
	d. Prosedural					■	■	■	■	■							
3	Pengkodean Program									■	■	■	■				
4	Pengujian Program												■	■	■	■	■
5	Penerapan Program dan Pemeliharaan												■	■	■	■	■

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam tugas akhir ini terbagi menjadi 5 bab, yaitu pendahuluan, landasan teori, objek dan metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta penutup.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, batasan masalah, lokasi dan waktu penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi penjelasan singkat konsep–konsep yang mendukung pengembangan sistem, meliputi konsep dasar, model proses perangkat lunak, basisdata dan sistem manajemen basisdata, perangkat lunak pembangun sistem, serta penjelasan mengenai strategi promosi di toko Mekar Raya

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Membahas tentang objek penelitian di toko Mekar Raya, metode penelitian, pendekatan dan pengembangan sistem yang dipakai, perancangan perangkat lunak, analisis sistem yang sedang berjalan pada perusahaan tersebut.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Membahas setiap tahapan dan proses perancangan perangkat lunak, perancangan prosedur, basisdata, arsitektur jaringan dan implementasi pada sistem yang dibuat serta pengujian terhadap sistem.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan yang diambil berkaitan dengan sistem yang dibangun dan saran-saran untuk pengembangan sistem lebih lanjut.