

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Buah salak adalah buah tropik asli Indonesia yang tersebar di seluruh Kepulauan nusantara. Buah salak sudah banyak dikenal namun dengan jenis salak dan asal daerah masing-masing di antaranya salak pondoh (Sleman, Yogyakarta), manonjaya (Tasikmalaya), condet (Jakarta), bali (Bali), dan sidimpuan (Sumatera Utara). Salak pondoh sendiri dikembangkan didataran tinggi gunung merapi dan buah salak dapat dipanen pada bulan atau musim apa saja namun dengan jangka waktu 6 bulan dari panen sebelumnya. Buah salak pondoh biasanya dijual langsung ke konsumen tetapi ada juga yang diolah menjadi berbagai jenis olahan, di antaranya kripik salak pondoh, caramel salak pondoh, wajik salak pondoh, bakpia salak pondoh, geplak salak pondoh, dodol salak pondoh, bubuk biji salak. Saat ini masih banyak buah salak pondoh yang tidak dipetik dan membusuk dipohonnya, dikarenakan harga jual buah salak pondoh yang murah dan kurang laku. Dengan diolahnya buah salak akan menjadikan buah salak pondoh lebih awet dan meningkatkan harga jual. Saat ini olahan buah salak pondoh beredar di pasaran Indonesia. Dengan adanya *website* pemasaran olahan salak pondoh akan memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Sehingga dengan meningkatnya penjualan akan meningkatkan produksi, disisi lain dengan meningkatnya produksi akan semakin banyak membutuhkan buah salak pondoh untuk diolah, maka pemanfaatan buah salak pondoh akan meningkat.

UD Cristal berdiri pada tahun 2015. Usaha ini didirikan dengan harapan bisa meningkatkan harga salak agar saat panen tidak mengalami kerugian dan para petani bisa merasakan hasilnya. Dari segi pemasaran UD cristal masih menggunakan pembagian brosur dan memasang banner.

Biaya pembagian brosur sendiri menghabiskan biaya sekitar Rp 200.000/ bulan jika dilakukan rutin setiap minggu, sedangkan biaya cetak banner sendiri menghabiskan biaya Rp 40.000 untuk 1 banner. Disisi lain jangkauan dari pembagian brosur dan pemasangan banner sendiri tak terlalu luas.

Dengan adanya pemasaran online ini akan menghemat biaya dan waktu dalam mempromosikan produk. Disisi lain jangkauan dari pemasaran online ini jauh lebih luas dari pembagian brosur dan pemasangan banner. Selain itu UD Cristal memiliki tujuan untuk merambah ke pasar internasional.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana agar pemasaran dapat lebih menghemat biaya?
2. Bagaimana agar bisa membantu olahan salak cristal merambah pasar Internasional?

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan pertimbangan diatas dan agar penelitian berfokus pada permasalahan pokok maka pembahasan akan dibatasi dalam skripsi ini hanya berfokus pada *website* pemasaran online.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian serta menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Menghemat biaya pemasaran.
2. Memperluas jangkauan pemasaran.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis  
Menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang perencanaan *website*.
2. Bagi UD Cristal
  - a. Menghemat biaya dalam pemasaran.
  - b. Mempermudah UD Cristal dalam mempromosikan produk.

#### 1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian skripsi ini meliputi :

1. Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang benar-benar akurat dan relevan maka penulis mengumpulkan data dengan cara :



- a. Tinjauan Pustaka, yaitu mempelajari mengenai bahasa pemrograman, cara-cara membuat data base, serta langkah pembuatan *website* melalui buku, jurnal di internet, maupun modul-modul kuliah.
- b. Wawancara, yaitu metode penelitian untuk mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang berhubungan dengan objek penelitian.

## 2. Analisa Data

Tahap analisis adalah tahapan yang mempelajari objek dan data yang diperoleh dari hasil penelitian untuk diidentifikasi data-data mana yang dibutuhkan dalam perancangan dan pembuatan sistem pemasaran berbasis web ini.

## 3. Perancangan dan Desain Sistem

Memahami rancangan dan desain sistem yang akan dikembangkan berdasarkan hasil analisa sebelumnya.

## 4. Pembuatan Web

Tahapan ini merupakan tahapan pembuatan dan pengembangan web sesuai dengan desain sistem yang diterapkan tahap sebelumnya.



## 5. Uji Coba dan Evaluasi

Proses uji coba diperlukan untuk memastikan bahwa sistem yang telah dibuat sudah benar, sesuai karakteristik yang diterapkan dan tidak ada kesalahan-kesalahan yang terkandung di dalamnya.

## 6. Penyusunan Buku Skripsi

Tahap terakhir ini membuat sebuah laporan berbentuk buku skripsi sebagai tahap akhir dalam proses pengerjaan skripsi sebagai bukti dokumentasi dari penulis.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab memiliki poin-poin tersendiri. Lima bab tersebut antara lain :

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab I ini terdiri dari tujuh sub bab, yaitu latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Bab II memuat tinjauan pustaka yang diperlukan dalam pembuatan sistem pemasaran online berbasis *website* yang didapat dari buku, jurnal di internet, maupun modul-modul kuliah, serta berdasarkan pandangan penulis sendiri.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN *WEBSITE***

Bab III berisi data perancangan sistem pemasaran online berbasis *website* yang diajukan beserta perancangan lengkapnya.

### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini membuat langkah dan proses, hasil analisa, dan pembahasan sistem pemasaran online berbasis *website* yang dibuat dengan prosedur pembuatan *website* dan pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab V memuat kesimpulan yang didapatkan dari seluruh bab yang telah dikerjakan. Pada bab ini juga terdapat saran-saran untuk merancang sistem pemasaran online berbasis *website* agar menjadi lebih baik.