

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi seperti saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dan perubahan yang lebih baik, salah satunya adalah teknologi internet yang memberikan kemudahan bagi para pengguna dalam mengakses informasi dengan cepat tanpa dibatasi ruang dan waktu. Berbagai kegiatan bisnis bisa dilakukan melalui internet khususnya melalui website, mulai dari kegiatan pemasaran produk perusahaan, mencari berbagai informasi, penyediaan layanan bagi para pelanggan sehingga dapat menjalin hubungan dengan pelanggan dan partner bisnis. Para pelaku bisnis harus dapat memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin agar dapat bersaing dan tidak tertinggal dari pesaing bisnisnya.

Pemasaran merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kemajuan dan berkembangnya suatu perusahaan. Di dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dalam menjual dan mempromosikan produk atau jasanya. Dimana keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

CV. Cipta Langgeng Perkasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa las dan bubut. Dalam hal kegiatan pemasaran di CV. Cipta Langgeng Perkasa masih menggunakan strategi pemasaran yang bersifat sederhana dan konvensional untuk meraih pelanggan yaitu dengan cara pemasangan iklan melalui

media cetak dan media massa, brosur, dan lain-lain. Begitupun dengan penyebaran informasi mengenai produk dan jasa yang masih menggunakan media telepon dan pengiriman surat untuk memberikan informasi kepada masing-masing pelanggan, sehingga menyebabkan pemasarannya kurang efektif dan tidak meluas. Dalam memasarkan produk-produknya selain harus bersaing dengan para pesaing dengan strategi pemasaran yang baik juga harus meningkatkan kreatifitas dan efisiensi dalam memantau proses dari pemasaran yang digunakan untuk pengambilan keputusan strategi pemasaran.

Melihat permasalahan yang ada maka penulis tertarik untuk merancang sebuah sistem pemasaran berbasis website. Dengan dibangunnya sebuah sistem pemasaran berbasis website, diharapkan dapat menjadi media untuk mempromosikan dan menginformasikan produk serta diharapkan perusahaan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, memberikan informasi secara lengkap kepada pelanggan tentang produk dan jasa serta membantu perusahaan dalam memantau dan mengetahui perkembangan pemasaran secara *online* termasuk informasi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yang akan dipecahkan oleh penulis, yaitu: Bagaimana merancang sistem pemasaran berbasis website pada CV. Cipta Langgeng Perkasa agar dapat menjadi media promosi dan informasi produk serta hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah agar pembahasan lebih terarah dan mencapai tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang disajikan oleh website ini adalah yang berhubungan dengan produk dan informasi yang bersangkutan dengan perusahaan.
2. Website ini digunakan sebagai pendukung pemasaran CV. Cipta Langgeng Perkasa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan memberikan informasi secara lengkap tentang produk perusahaan.
3. Software yang digunakan penulis dalam pembuatan sistem pemasaran berbasis website ini antara lain
 - a. Microsoft windows 7 sebagai Operating Sistem
 - b. Adobe Dreamweaver dan Notepad ++ sebagai web editor
 - c. Adobe Photoshop sebagai image editor
 - d. Mozilla firefox sebagai web browser
 - e. XAMPP sebagai web server dan database

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Menganalisa masalah-masalah yang ada pada CV. Cipta Langgeng Perkasa dan berusaha untuk memecahkannya dengan membangun sebuah sistem yang dapat memecahkan masalah tersebut.
2. Melakukan analisa terhadap proses pemasaran yang sedang berjalan pada perusahaan.

3. Merancang sistem pemasaran berbasis website berdasarkan informasi dan analisa yang telah dilakukan.
4. Mengevaluasi sistem baru yang sudah dibuat apakah sudah memenuhi kriteria yang ingin dicapai apa belum.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini yang dikategorikan bagi mahasiswa, perusahaan dan pembaca dengan uraian sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Sebagai sarana pengimplementasian ilmu pengetahuan yang didapat dari perkuliahan.
2. Menambah wawasan tentang CV. Cipta Langgeng Perkasa.
3. Menambah pengetahuan dalam merancang suatu sistem pemasaran lewat internet dalam perusahaan sehingga dapat diterapkan penulis dalam dunia kerja nantinya.

1.5.2 Bagi Perusahaan

1. Membantu meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih efisien dan efektif dalam segi penjualan, promosi dan pelayanan pelanggan.
2. Membantu meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan CV. Cipta Langgeng Perkasa.
3. Sebagai solusi kebutuhan perusahaan akan penyediaan sarana informasi yang baik dan dalam memasarkan produk dan jasanya.

4. Sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi tentang CV. Cipta Langgeng Perkasa.
5. Memberikan efisiensi waktu dan biaya pemasaran bagi perusahaan.
6. Membantu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya melalui internet.

1.5.3 Bagi Pembaca

1. Sebagai tambahan referensi pengetahuan khususnya dibidang website.
2. Sebagai acuan atau perbandingan dalam pembuatan skripsi dalam masalah yang sama.

1.6. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data melalui pengamatan langsung ditempat kerja, mengelompokkan data yang diteliti, hasil dari pengamatan ini dapat dipakai sebagai bahan dasar untuk penelitian yang lebih spesifik.

2. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan untuk pengumpulan data dengan cara menanyakan secara langsung pada pimpinan perusahaan, untuk mendapat data yang akurat tentang sistem pemasaran yang sekarang berjalan.

3. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah dengan cara mengumpulkan data dengan membaca buku-buku yang relevan untuk membantu di dalam menyelesaikan dan juga untuk melengkapi data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

4. Analisis dan Perancangan

Metode ini merupakan tahap menganalisis kebutuhan sistem yang tepat berdasarkan permasalahan yang ada dan selanjutnya melakukan perancangan sistem.

5. Uji Sistem

Tahap ini merupakan tahap melakukan pengujian sistem yang telah dibuat apakah layak untuk diterapkan atau tidak.

6. Implementasi Sistem

Tahap ini adalah proses merancang, mempersiapkan, menguji dan menerapkan sistem untuk melakukan verifikasi bahwa sistem telah berjalan dengan benar.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab, yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang mendasari pembahasan skripsi ini dan teori-teori lain yang menunjang serta beberapa perangkat lunak yang digunakan untuk membangun sistem informasi ini.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini dibahas tentang sejarah CV. Cipta Langgneg Perkasa, struktur organisasi, uraian pekerjaan, tinjauan umum analisis sistem dan perancangan sistem.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini, memaparkan pengimplementasian sistem informasi yang telah dibangun untuk mengukur tingkat keberhasilan dan pembahasan dari analisis dan perancangan sistem.

BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan seluruh pembahasan yang ada dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga diperoleh gambaran secara umum mulai dari awal hingga akhir pembahasan, dan juga penulis mengajukan beberapa saran yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini, sehingga dimasa yang akan datang mungkin dapat berguna untuk pengembangan sistem.