

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Mitra Usas Provitama merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor Yamaha yang ada di Lampung, PT Mitra Usas Provitama terletak di Jl.RA Baasyid No. 104A Labuhan Dalam, Tanjung Senang, Bandar Lampung.

Dunia bisnis saat ini memasuki era persaingan yang sangat ketat dengan adanya ketidakstabilan ekonomi yang membuat pelaku bisnis menjadi semakin sulit untuk bertahan dalam persaingan yang ada. Para pelaku bisnis harus memiliki keunggulan kompetitif agar tetap bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Salah satu hal yang mendukung keunggulan kompetitif adalah memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, salah satunya internet (Urva dan Siregar, 2015).

Strategi pemasaran yang sedang berjalan pada PT Mitra Usas Provitama saat ini masih bersifat konvensional dimana perusahaan masih bergantung pada pelanggan yang datang ke dealer dan sales yang memberikan promosi lewat daftar harga, gambar dan *banner*, dengan keadaan sistem pemasaran seperti itu dapat mengakibatkan jangkauan pemasaran menjadi lambat bahkan jalan ditempat. Dalam situasi ini terjadinya masalah penurunan penjualan sepeda motor pada PT Mitra Usas Provitama karena pemasaran yang dilakukan masih kurang dan belum adanya media pemasaran yang terhubung dengan internet.

Dengan perkembangan teknologi saat ini internet merupakan salah satu fenomena paling penting dalam teknologi informasi. *World Wide Web* atau sering dikenal dengan *Web* merupakan salah satu bagian dari internet yang mempunyai perkembangan yang sangat pesat (Raharjo dan Jazi, 2003). Banyak perusahaan

yang mulai menggunakan media ini untuk meningkatkan daya saingnya. Akses informasi yang cepat dan mudah melalui internet membuka peluang untuk peningkatan pemasaran atau yang disebut dengan *e-marketing*.

Beberapa hambatan yang dialami PT Mitra Usas Provitama dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan penjualan yaitu informasi yang ada terbatas, kurang lengkap dan tidak dapat diperoleh kapan saja dan biaya promosi yang cukup besar. Oleh sebab itu, untuk memecahkan permasalahan PT Mitra Usas Provitama memerlukan sarana pemasaran menggunakan sistem *e-marketing* yang terhubung dengan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, sesuai dengan bidang usaha yaitu penjualan motor, memasarkan motor yang dilakukan secara *online*.

Dalam pembangunan *website* pemasaran atau sistem *e-marketing* diharapkan dapat membantu PT Mitra Usas Provitama dalam meningkatkan penjualan, memperluas jaringan penjualan dan meningkatkan nilai kompetitif penjualan PT Mitra Usas Provitama. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengangkat judul ***E-marketing* Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Motor pada PT Mitra Usas Provitama.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana membangun sistem pemasaran yang dapat diakses melalui internet ?
2. Bagaimana membangun sistem *e-marketing* berbasis *Web* untuk meningkatkan penjualan motor pada PT Mitra Usas Provitama ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian tugas akhir ini adalah PT Mitra Usas Provitama
2. Informasi yang disajikan sebatas pemasaran *online* saja
3. Informasi yang disajikan sebatas peningkatan pemasaran

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menghasilkan aplikasi sistem pemasaran yang dapat diakses melalui internet.
2. Menghasilkan sistem *e-marketing* penjualan motor berbasis *Web* yang dapat meningkatkan penjualan pada PT Mitra Usas Provitama.

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1.5.1 Bagi PT Mitra Usas Provitama :

1. Diharapkan dapat meningkatkan penjualan motor pada PT Mitra Usas Provitama.
2. Diharapkan memudahkan perusahaan dalam melakukan pemasaran penjualan motor.
3. Diharapkan membantu proses pemberian informasi produk motor kepada pelanggan secara cepat.

1.5.2 Bagi pelanggan PT Mitra Usas Provitama :

1. Memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi produk motor Yamaha.
2. Memudahkan pelanggan dalam melakukan *booking* motor Yamaha.
3. Memudahkan pelanggan untuk berinteraksi dengan pihak perusahaan.

1.6 Keaslian Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan empat tinjauan studi yang nantinya dapat mendukung penelitian, berikut ini merupakan tinjauan studi yang diambil yaitu :

1. Indyah , Adhisana (2016) dari Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik Informasi, Universitas Islam Balitar Blitar Kampus Unisba, Blitar, melakukan penelitian tentang Rancang Bangun E-Marketing Ahas 05820 CV. Mitra Tirto Agung Blitar Berbasis *Web*.
2. Uniardi, Idris (2012) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, BINUS University, Jakarta Barat, melakukan penelitian tentang *E-Marketing Berbasis Web Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*.
3. Lalu, Rahmawati (2016) dari jurusan *Management Departemen, Faculty of Economics & Bussines, University Of Mataram*, melakukan penelitian tentang *E-Marketing: Strategi Pemasaran UKM Berbasis Teknologi Informasi untuk Menembus Pasar Global*.

4. Idris, Hellen, et.al (2008) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Nusantara, Jakarta Barat, melakukan penelitian tentang Implementas Strategi *E-marketing* pada Pietro's Gelato.

1.7 Sistematika Penelitian

Skripsi ini terdiri dari enam (6) bab, dimana pada masing-masing bab menerangkan pokok-pokok bahasan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan laporan, manfaat penulisan laporan, dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menguraikan mengenai tinjauan pustaka dan landasan teori-teori yang berkaitan dengan pengertian-pengertian yang menjadi judul skripsi, dan simbol yang digunakan *Unified Modelling Language (UML)*, *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, *Squence Diagram*.

BAB III Metodologi Penelitian

Berisi tahapan penelitian, kerangka penelitian dan kerangka pengujian

BAB IV Analisis dan Perancangan

Berisi analisis masalah, analisis kebutuhan, dan perancangan (perancangan proses bisnis, perancangan akses data, rancangan antarmuka pengguna)

BAB V Hasil dan Pembahasan

Berisi hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian, pengujian dan hasil pengujian serta penjadwalan penelitian.

BAB VI Saran dan Kesimpulan

Berisi kesimpulan dan saran mengenai seluruh penulisan tentang penelitian ini yang dibuat secara singkat.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**