

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan perusahaan dimasa modern saat ini memberikan dampak terhadap strategi yang selalu menjadi faktor utama untuk mendapatkan pangsa pasar, banyak perusahaan telah menerapkan teknologi informasi sebagai media pemasaran hingga penjualan produk (Amirullah dan Megawati, 2016). Pada bidang konstruksi bangunan maupaun proyek pembangunan lainnya, tentu memerlukan salah satu bahan utama agar proyek terselesaikan dengan baik, salah satunya yaitu batu. Tidak semua perusahaan dapat mengolah bahan baku tersebut dengan alasan proses yang dilakukan cukup rumit, mulai dari bahan utuh hingga dibentuk dalam ukuran yang relatif lebih kecil. Tingginya persaingan juga menuntut perusahaan untuk terus memberikan strategi untuk meningkatkan pemasaran produk secara mudah (Santi dan Putra, 2016).

CV Enum Enum Sai merupakan perusahaan penyedia bahan baku bangunan berupa batu andesit yang berlokasi pada Dusun V Batu Ampar, Campang Raya, Sungkai Tengah, Lampung Utara. Beberapa jenis batu ampar yang disediakan yaitu batu split 1-2, batu split 2-3, batu split 3-5, abu batu, batu screen, batu belah, base A, base B dan subbase dengan kisaran harga mulai dari Rp. 50.000 hingga Rp. 190.000. Berdasarkan proses atau prosedur pemasaran yang saat ini dilakukan hanya melalui media brosur, baner, telepon dan mencari langsung konsumen sebagai mitra, kemudian proses tersebut dilanjutkan dengan melakukan proses pencatatan pemesanan pada nota pesanan dan disesuaikan dengan daerah pemesan.

Proses pemasaran yang dilakukan secara *offline* seperti media brosur maupun

baner mengakibatkan tingginya biaya operasional seperti biaya cetak dan pemasangan serta cakupan pasar yang kecil. Permasalahan berikutnya seperti konsumen harus datang keperusahaan untuk melakukan transaksi pemesanan sehingga jika konsumen dengan daerah yang cukup jauh harus memerlukan biaya operasional, tenaga dan waktu. Proses pencatatan pada buku dapat mengakibatkan proses rekap secara berulang, kerangkapan data dan manipulasi data seperti jumlah pesanan hingga harga jual, sehingga peran penting teknologi menjadi faktor utama untuk melakukan pemasaran dan pemesanan secara mudah dan cepat.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan suatu solusi yaitu dibutuhkan suatu aplikasi *e-marketing* dan pemesanan menggunakan *website*, sehingga mampu meningkatkan pendapatan perusahaan. Strategi pemasara yang digunakan yaitu *marketing mix*, yang merupakan perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, lokasi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam *target market* (Kotler dan Armstrong, 2017). Keunggulan penerapan pemasaran menggunakan *website* yaitu mudah dikembangkan, mudah diakses, support pada semua perangkat dan mudah dalam perawatan (Murtiasri, *et al*, 2019). Sehingga peneliti memberikan solusi berupa aplikasi *e-marketing* yang memiliki fitur berupa, pengolahan data produk, promosi, konfirmasi pemesanan dan pembayaran serta rekap laporan transaksi yang secara keseluruhan dilakukan secara *online*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana membangun aplikasi pemesanan produk pada CV Enum Enum Sai Berbasis *Web* ?

1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada aplikasi yang akan dibangun yaitu :

1. Produk yang dipasarkan berupa produk olahan dari batu.
2. Cakupan wilayah antar dapat disesuaikan dengan daerah pemesan
3. Satuan dalam pesanan menggunakan ukuran kubik
4. Harga yang ditetapkan berdasarkan perkubik

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan tujuan yang dirancang pada penelitian yaitu :

1. Menghasilkan aplikasi pemesanan produk pada CV Enum Enum Sai Berbasis *Web*.
2. Menyediakan informasi terkait produk batu yang disediakan perusahaan sebagai media promosi dan penjualan kepada konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dihasilkan dari pengembangan sistem yaitu

1. Bagian Akademik

Mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu penelitian serta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu, referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang dan dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran pada permasalahan yang sama.

2. Bagian Perusahaan

Proses pemasaran dan pemesanan secara *online* memberikan dampak terhadap pendapatan perusahaan dengan proses pemasaran yang luas dan pengenalan produk yang mudah dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen.

3. Bagian Konsumen

Manfaat konsumen selaku pemborong, individual, kontraktor dapat dengan mudah menemukan informasi terkait produk dan proses pembelian atau pemesanan baik skala kecil maupun besar yang dapat dilakukan secara *online* pada *website*.