# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 LatarBelakangMasalah

Teknologi Informasi adalah suatu alat untuk menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi, banyak perubahan yang terjadidalam cara hidup manusia. Hal ini menuntut manusia untuk senantiasa menyesuaikan pola hidupnya dengan perkembangan teknologi. Sama halnya dengan perusahaan-perusahaan, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan berskala internasional saat ini bersaing untuk menguasai pasar dengan bantuan teknologi informasi. Kegunaan teknologi informasi adalah dapat meningkatkan kinerja organisasi, meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu, tenaga, biaya, meningkatkan produksi, penjualan dan pemasaran (*e-marketing*) (Budi, Pujiasmoro and Wijaya, 2013).

*E- marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dengan website sebagai mediatornya. Konsep *e-marketing* sebenarnya hampir sama dengan pemasaran secara tradisional, yang membedakan adalah medianya. Jika *e-marketing* sudah memanfaatkan media online bisa berupa website, jejaring soial, email, blog dan aplikasi yang lainya. Dengan e-marketing mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan menjaring pelanggan lebih banyak, *e-marketing* bisa diartikan sebagai bagian dari *e-commerce* yang merupakan aktivitas perusahaan dalam mengelola kegiatan komunikasi, melakukan kegiatan promosi dan melakukan kegiatan jual beli produk baik barang maupun jasa

melalui internet (Susanti, 2018). *E-marketing* dapat dikembangkan diperusahaan maupun didunia industry salah satunya pada bidang jasa laundry.

Laundry merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penyedia layanan jasa, pekerjaan laundry meliputi pencucian sebuah pakaian, dan lain sebagainya. Dalam era zaman sekarang ini usaha laundry sangat berkembang pesat diberbagai kota-kota besar maupun kecil. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha laundry ini menjadi sangat pesat akhir-akhir ini, diantaranya banyaknya keluarga yang tidak punya waktu banyak untuk menyelesaikan pekerjaan rumah masing-masing (Setiawan, 2018).

Shaka Laundy adalah bisnis yang berjalan dibidang pelayanan jasa cuci pakaian, karpet, dan boneka dengan mesin cuci maupun mesin pengering otomatis dengan menggunakan cairan pembersih dan pewangi khusus. Shaka Laundy terletak di Jalan Serdang, Desa Serdang IIIB Kecamatan Tanjung Bintang Lampung Selatan. Layanan cuci kiloan yang tersedia pada Shaka Laundydiantaranya cuci komplit (cuci kering, dan setrika), cuci kering, ataupun setrika saja yang terdiri dari dua jenis paket yaitu reguler dan express. Harga jasa laundry ditentukan berdasarkan berat atau jumlah satuan pakaian.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Shaka Laundydalam melakukan pemasaran masih mempromosikan melalui situs-situs sosial seperti *facebook*, dan *whastapp*. Metode promosi tersebut cukup efektif dalam lingkup sosial produsen, namun cepat dilupakan, karena pengguna *facebook*hanya menggunakan situs-situs tersebut untuk berinteraksi dengan kerabat atau memberikan opini mengenai isu terkini dalam lingkup sosial mereka, bukan untuk mencari dan membeli kerajinan. Tidak adanya informasi mengenai paket laundry

yang ditawarkan. Shaka Laundyini juga menghadapi masalah dalam hal pemesanan yaitu pemesanan produk jasa hanya menggunakan telepon atau datang langsung ke Shaka Laundy. Selain itu sistem yang berjalanjuga masih sebatas lingkungan rekan kerja atau kerabat, sehingga diperlukan tempat yang lebih luas untuk dapat mempromosikan jasa Shaka Laundy.

Alternatif masalah diatas yaitu membuat sistem *e-marketing* jasa laundry pada Shaka Laundy dengan menerapkan analisis SOSTAC yaitu *Situationanalysis, Objective, Strategy, Tactics, Action* dan *Control,*diharapkan dengan menggunakan SOSTAC ini dapat memberikan output dari *design e-marketing* yang *userfriendly*seperti memudahkan pelanggan dan penjual dengan tampilan yang mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sistem iniakan dilakukan testing fungsional secara keseluruhan, dan dengan adanya sistem inipenjual mendapatkan keuntungan finansial yang semakin baik, dan bagi pelanggan dapat lebih menghemat waktunya untuk mencari informasi yang ingin dibeli dan menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan dibangunnya sistem ini dapat memberikan keuntungan kepada Shaka Laundy untuk memasarkan jasa laundry sehingga menarik pelanggan untuk melakukan jasa laundry yang ada pada Shaka Laundy, serta menghasilkan laporan yang dibutuhkan oleh Shaka Laundy secara cepat.

## 1.2 RumusanMasalah

Dari uraian latar belakang di atas, penulis dapat mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanamerancang dan membangunsistem *e-marketing* pada Shaka Laundy?

2. Bagaimana memberikan informasi dengan mudah kepada pelanggan tentang jasa yang tersedia dan informasi dalam melakukan pemesanan jasa laundry?

## 1.3 BatasanMasalah

Supaya pembahasan masalah yang dilakukan dapat terarah dengan baik dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas, yakni:

1. Aplikasi yang dibangun hanya mengelola pemasaran dan pemesananpada Shaka Laundy.
2. Transaksi pembayaran apat dilakukan secara COD dan transfer.
3. Tidak membahas pengiriman barang dan biaya pengiriman barang.
4. Laporan yang dibuat adalah laporan keuangan (junal, dan buku besar), bukti booking, dan laporan booking.

## 1.4 TujuanPenelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam perancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membangunsistem *e-marketing* pada Shaka Laundy berbasisi website
2. Memberikan informasi dengan mudah kepada pelanggan tentang jasa yang tersedia dan informasi dalam melakukan pemesanan jasa laundry.

## 1.5 ManfaatPenelitian

Manfaat perancanganini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun secara tidak langsung bagi pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut:.

1. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan aplikasi *e-marketing* berbasis *web*
2. Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh Shaka Laundry dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan promosi melalui aplikasi yang diterapkan.
3. Sistem yang dibangun dapat mempermudah masyarakat atau pelanggan untuk mengetahui informasi mengenai Shaka Laundry dan *booking* jasa laundry.