

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Toko Dewi Pasuruan merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan elektronik yang berlokasi di Jl. Pasuruan Dusun Pasuruan Atas, Desa Pasuruan, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Toko ini merupakan salah satu toko elektronik terbesar di Kecamatan Penengahan, Lampung Selatan. Wawancara yang penulis lakukan kepada Ibu Herlina Wati selaku pemilik toko menunjukkan terdapat beberapa permasalahan pada toko ini. Permasalahan tersebut diantaranya adalah pengolahan data transaksi penjualan yang masih manual menggunakan buku, penulisan dan merekap data transaksi penjualan secara manual. Hal ini sering menyebabkan pembuatan laporan memakan waktu yang lama, tidak tepat waktu, bahkan terkadang data transaksi rentan hilang sehingga hasil rekap transaksi tidaklah relevan antara catatan dengan keadaan sebenarnya sehingga harus melakukan pemeriksaan kembali.

Disisi pembeli pun terdapat permasalahan yaitu belum terdapat sistem atau web yang memberikan informasi terkait barang-barang yang dijual oleh Toko Dewi Pasuruan. Calon Pembeli haruslah datang langsung ke toko hanya untuk menanyakan nama barang, harga barang dan spesifikasi barang yang dijual di Toko Dewi Pasuruan. Toko Dewi pun hanya bisa memberikan informasi tentang promo/diskon hanya pada saat calon pembeli datang ke toko dengan memberikan brosur promo. Hal ini dinilai kurang efisien karena harus menambah biaya setiap melakukan promosi untuk melakukan pencetakan brosur yang belum tentu dibaca oleh para pembeli dan berakhir brosur promo hanya akan dibuang.

Didalam dunia bisnis terdapat berbagai strategi pemasaran yang dapat meningkatkan pelayanan dalam penjualan, yang salah satunya disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) atau yang disebut dengan konsep 4P, (Mohamad & Rahim, 2021). *Marketing mix* ini terdiri dari 4 variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Penerapan *marketing mix* ini dapat dilakukan salah satunya dengan menerapkan *E-commerce*. Dimana dengan diterapkannya *E-commerce* dapat mendukung peningkatan variabel *product* dimana skala pemberian informasi mengenai produk yang dijual menjadi lebih luas dibandingkan dengan sistem penjualan yang masih menerapkan cara konvensional (Mulyadi & Sani, 2020). Dalam variabel *price*, *marketing mix* dengan memanfaatkan *E-commerce* memberikan peningkatan pada nilai harga pada proses penjualan untuk menetapkan harga produk yang terkadang berubah sehingga proses pemberian informasi akan semakin mudah dengan menggunakan sistem (D. Pratama et al., 2020). Variabel *place* juga akan mengalami peningkatan dimana *E-commerce* akan menjadi tempat untuk melakukan pemasaran, penjualan secara online, (Kusuma, 2021). Dalam variabel *promotion* akan memberikan peningkatan dimana kegiatan pemberian informasi keunggulan produk dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dalam *E-commerce* (Nawari & Ulfa, 2020).

Maka berdasarkan pemaparan masalah dan literatur diatas penulis akan membangun *E-commerce* berbasis web untuk mendukung peningkatan konsep 4P pada Toko Ibu Dewi. Penulis memilih untuk mengembangkan *e-commerce* berbasis web dikarenakan beberapa hal yaitu proses *maintenance* dapat berjalan dengan cepat karena *server* bersifat terpusat. Sistem berbasis web juga tidak perlu melalui

proses instalasi di perangkat tertentu dan *multiplatform* yang dapat diakses diseluruh perangkat, (Rafinska, 2020).

Dengan pemaparan diatas maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Rancang Bangun Sistem *E-Commerce* Menggunakan Metode Marketing *Mix* untuk Memperluas Pangsa Pasar Pada Toko Dewi Lampung Selatan**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menerapkan *marketing mix* untuk memperluas area pangsa pasar sehingga menjadi pelayanan informasi dalam mempercepat pelayanan jarak jauh melalui *website e-commerce*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah menerapkan metode *marketing mix* dengan membangun *E-Commerce* berbasis web untuk meningkatkan 4 variabel (*product, price, place, dan promotion*) pada Toko Dewi Pasuruan.

## **1.4 Batasan Masalah**

Untuk melakukan penelitian yang terfokus maka dibuatlah batasan-batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi Kasus dilakukan di Toko Dewi Pasuruan yang berlokasi di Jl. Pasuruan Dusun Pasuruan Atas, Desa Pasuruan, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan.
2. Sistem *e-commerce* yang dibangun merupakan sistem berbasis web.

3. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Metode *Extreme Programming*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dengan terselesaikannya penelitian ini maka penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Toko Dewi Pasuruan

Untuk Toko Dewi dengan dibuatkannya sistem penjualan atau *e-commerce* berbasis web penulis berharap dapat memberikan manfaat berupa:

1. Kemudahan dalam melakukan pengolahan data penjualan dan dapat memudahkan pelanggan dalam melihat produk-produk yang dijual dan promosi yang ada.
2. Meminimalisir adanya kesalahan dalam pencatatan data.
3. Mempersingkat waktu pembuatan laporan penjualan.

b. Bagi Penulis

Dalam penelitian ini manfaat yang penulis harapkan adalah:

1. Penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan terhadap metode *marketing mix* dan sistem penjualan *e-commerce*.
2. Dapat menjadi literatur untuk peneliti selanjutnya.