

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Marketing merupakan kegiatan pemasaran produk yang digunakan untuk mencapai target perusahaan seperti penjualan. Pada saat ini banyak perusahaan yang masih menerapkan pemasaran secara tradisional seperti melalui pameran, borosur hingga banner, hal tersebut akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan terhadap pelanggan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Konsep pemasaran yang dapat digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan perusahaan dalam mencapai target seperti menerapkan inovasi teknologi informasi dalam bentuk elektronik marketing atau dapat disebut e-marketing yang merupakan teknik pemasaran berbasis web dan internet yang digunakan untuk mencapai sasaran dan mendukung konsep pemasaran yang modern (Rosmalasari *et al.*, 2020).

Pemasaran yang dilakukan pada perusahaan seperti Chou Chou Drink saat ini sudah menggunakan media sosial akan tetapi secara prosedur kerjasama mitra tidak dilakukan dalam satu sistem, perusahaan tersebut diketahui merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk minuman dalam kemasan dengan varian rasa dengan bahan baku utama isian yaitu boba seperti rasa green tea, taro, milo, vanilla hingga redvelvet. Inovasi produk minuman tersebut selalu diminati oleh kalangan muda, sehingga hal tersebut dapat dijadikan peluang usaha bagi pengusaha pemula. Perusahaan tersebut juga menyediakan frenchise atau kerjasama mitra yang dapat dilakukan dengan memilih paket tersedia dalam pilihan booth yang menarik. Berdasarkan pengolahan data kerjasama mitra dilakukan dengan media chat menggunakan whatsapp dengan informasi yang diperoleh dari banner maupun brosur, calon mitra akan menghubungi pihak admin perusahaan untuk menanyakan mengenai cara kerjasama mitra. Proses tersebut akan direspon satu

persatu oleh admin hingga calon mitra ingin bekerjasama dengan perusahaan. Setelah calon mitra bekerjasama selanjutnya akan ada proses pemesanan bahan baku yang dilakukan dengan mencatat pada buku lalu mengirimkan ke admin untuk menyiapkan bahan yang dipesan. Berdasarkan proses tersebut penting bagi perusahaan untuk menerapkan suatu sistem mempermudah untuk kegiatan pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik perusahaan diperoleh permasalahan seperti proses pemasaran yang dilakukan dengan respon melalui media chat masih dirasa kurang efektif karena pihak perusahaan harus menjelaskan satu persatu mengenai kerjasama mitra, hal tersebut berdampak pada kesalahan dalam respon yang ditanggapi. Permasalahan berikutnya yaitu ketika mitra sudah bekerjasama dan akan memesan bahan baku, mitra akan mencatat secara manual mengenai bahan yang akan dipesan ke perusahaan, proses tersebut dapat memicu terjadinya kesalahan dalam pengiriman bahan baku, kesalahan produk yang dipesan dan proses rekap pesanan bahan baku yang dilakukan secara berulang, sehingga proses tersebut dirasa masih kurang efektif dan efisien. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Hartono, 2019) menyatakan bahwa proses pemasaran yang dilakukan secara tradisional atau konvensional berpengaruh efisiensi pemasaran produk dan berpengaruh terhadap target perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan harus menerapkan suatu sistem yang dapat menangani proses pemesanan bahan baku secara online.

Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan suatu solusi dengan membangun sistem e-marketing berbasis web untuk mempermudah melakukan promosi produk dan melakukan kerjasama mitra secara online, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Sisca and Trisnawati, 2021) menyatakan bahwa e-marketing menggunakan *website* dapat mempermudah perusahaan dan pelanggan saling mengenal dan berkomunikasi secara cepat sehingga dapat meningkatkan

keuntungan bagi kedua pihak. Dengan adanya sistem tersebut diharapkan mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan dalam hal proses kerjasama mitra dan manajemen pesanan bahan baku secara tersistem. Oleh sebab itu peneliti memberikan solusi dengan menerapkan sistem yang dapat melakukan promosi produk, melakukan kerjasama mitra, melakukan pemesanan bahan baku kepada perusahaan dan mampu mencatat data penjualan produk oleh mitra secara online menggunakan website.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana membangun **E-marketing sebagai sistem informasi layanan kepada mitra berbasis website ?**
2. Bagaimana menyediakan layanan pemesanan bahan baku kepada mitra secara *online*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian yang dibangun sebagai ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Penelitian hanya membahas mengenai produk chou chou drink dan kerja sama mitra.
2. Pengolahan data seperti paket kerjasama mitra, pemesanan bahan baku dan laporan pemesanan bahan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitiannya yaitu :

1. Menghasilkan **sistem informasi e-marketing yang dapat mempermudah melakukan promosi produk chou-chou drink dan mempermudah calon mitra melihat informasi cara gabung dan proses kerjasama mitra secara online menggunakan website.**

2. Mempermudah mitra dalam melakukan proses pemesanan bahan baku kepada pihak admin chou-chou drink menggunakan website secara *Online*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dihasilkan dari pembuatan sistem yang dihasilkan adalah untuk mempermudah perusahaan melakukan pemasaran produk dan menginformasikan cara gabung mitra, memudahkan perusahaan untuk menerima pesanan bahan baku dan mempermudah mitra mencatat data penjualan produk.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisikan diagram alir pemecahan masalah, metode-metode pendekatan, analisis berjalan hingga rancangan sistem.

BAB IV IMPLEMENTASI

Bab ini berisi spesifikasi perangkat yang digunakan, implementasi program dan kelayakan sistem.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil dari implementasi yang dilakukan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN