

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini perkembangan internet terjadi sangat cepat dan dapat menjangkau seluruh dunia dan setiap perusahaan menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu fungsi internet yang menjadi fokus penelitian ini adalah kemampuannya untuk melakukan kegiatan pemasaran baik produk dan *brand image* secara *online* bagi siapa saja yang membutuhkan dan terhubung dengan media internet (Meyliana, 2020). Dalam penelitian ini produk yang akan dipasarkan adalah produk vape. Menurut Ramdani (2021), saat ini produk vape semakin diminati oleh pasar di Indonesia. Pada tahun 2020 tercatat pengguna vape di Indonesia berdasarkan data dari Asosiasi Personal *Vaporizer* Indonesia (APVI) telah mencapai 2,2 juta orang, dengan jumlah toko ritel mencapai 5.000 (pengecer). Dengan seiring perkembangan vape di Indonesia, kebutuhan akan *Liquid* (cairan isi ulang penghasil uap pada vape), kapas (penghubung cairan untuk penghasil uap), baterai, *driptip* (*drip*), dan MOD (badan atau rangka vape) dan komponen-komponen pendukung vape lainnya turut menjadi barang yang dicari oleh konsumen, merebaknya minat penggunaan vape dan meningkatnya akan kebutuhan komponen-komponen pendukung vape ini menjadi bisnis baru. Terbukti dengan bertambah banyaknya toko vape atau vape store di Lampung salah satunya Vapegeh.

Vapegeh merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang penjualan rokok elektrik yang biasa disebut dengan vape, terletak di Jl. Kepodang, Gedong Air, Kec. Tj. Karang Bar., Kota Bandar Lampung, Lampung 35116. Vapegeh berdiri sejak tahun 2020 tepatnya di bulan Februari. Ide awal terbentuknya toko vapor ini ialah saat Algo VG (Owner Vapegeh) Saat itu, sekitar awal tahun 2014 rokok elektrik belum booming seperti saat ini dan di Lampung sendiri masih jarang toko vapor yang menyediakan kebutuhan para pecinta rokok

elektrik tersebut. Awalnya, Algo VG sering belanja online dari Jakarta untuk sekedar memesan liquid vapor dan saat itu sulit mencari vapor maupun liquid di Lampung sehingga Algo VG melihat peluang tersebut dan mencoba bisnis vapor. Karena awalnya Algo VG juga mencoba menjual liquid dan vapor melalui *social media* dan respon pembelinya sangat bagus, akhirnya memutuskan untuk membuka toko Vapor yang diberi nama Vapegeh. Kini semakin berjalannya waktu Vapegeh cukup dikenal dikalangan pecinta rokok elektrik di Lampung walaupun saat ini mulai banyak toko vapor lain. Vapegeh merupakan salah satu toko vapor yang menjadi pionir di Lampung. Masalah yang terjadi pada pada toko Vapegeh ini adalah mengenai kurangnya info mengenai barang-barang baru yang masuk sehingga pelanggan sedikit mengetahui barang-barang terbaru apa saja yang baru masuk. Untuk toko Vapegeh ini sendiri masih banyak orang-orang yang belum mengetahui toko Vapegeh ini. Dan untuk pengimputan data barang juga prosesnya masih manual atau tulis tangan.

Maka berdasarkan pemaparan latar belakang diatas penulis akan menerapkan teknik *marketing mix* dalam pembuatan *e-commerce* pada toko vapegeh berbasis website dikarenakan website adalah salah satu media promosi terpopuler yang memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas. Dengan adanya situs web pelanggan dapat melihat produk-produk beserta dengan harga yang dijual oleh Vapegeh dalam *marketing mix* dikenal dengan variabel *Product* dan *Price*. Kemudian pelanggan akan ditawarkan promosi-promosi menarik dari Vapegeh agar pelanggan tertarik melakukan transaksi pembelian pada website dalam *marketing mix* dikenal dengan variabel *Promotion*, setelah pelanggan melakukan transaksi pembelian, pelanggan dapat mengetahui status pengiriman produk dalam *marketing mix* dikenal dengan variabel *Place*. Kemudian pemilik Vapegeh dapat mengetahui jumlah transaksi pembelian yang dilakukan oleh pelanggan dalam *marketing mix* dikenal dengan variabel *People*. Setelah pelanggan melakukan transaksi pembelian pelanggan harus mematuhi prosedur

pembelian yaitu dengan membayar transaksi pemesan terlebih dahulu baru akan dilakukan pengiriman produk, dalam *marketing mix* dikenal dengan variabel *Process*. Setelah pembayaran maka pelanggan akan mendapatkan bukti transaksi pembelian berupa *invoice* dalam *marketing mix* dikenal dengan variabel *Physical Evidence*.

Sistem ini akan dirancang menggunakan metode perancangan *Unified Modeling Language* (UML), dengan diagram *usecase*, *class* diagram dan *activity* diagram. Desain sistem akan menggunakan Balsamiq Mockup agar tampilan lebih rapih ketika akan di implementasikan. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dengan database MySQL. Tampilan website akan menggunakan *framework bootstrap*, agar tampilan website dapat menyesuaikan gadget yang akan

Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat memudahkan Vapegeh dalam melakukan pengontrolan pemasaran produk, penjualan, pembuatan laporan dan meningkatkan pendapatan dengan berkurangnya biaya pengeluaran pemasaran produk serta proses kerja lebih akurat, tepat dan hemat waktu. Sehingga peneliti mengangkat penelitian dengan judul “***Penerapan Teknik Marketing Mix Dalam Pengembangan Online Shop Pada Toko Vapegeh\_ Berbasis Web***”.

### **Rumusan Masalah**

Latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas menjadi dasar peneliti untuk merumuskan masalah, yaitu:

1. Bagaimana menerapkan metode *marketing mix* 7P pada sebuah *e-commerce* dalam bentuk *website* di toko Vapegeh?
2. Bagaimana cara metode *marketing mix* 7P pada toko Vapegeh dapat diimplementasikan didalam *website*?
3. Bagaimana membuat sebuah *Online Shop* yang menerapkan teknik Marketing Mix pada toko Vapegeh berbasis *website*?

## **Batasan Masalah**

Pembatasan masalah sangat diperlukan agar mempermudah dalam pembahasan dan lebih mengarah pada pokok persoalan, diantaranya :

1. Metode *marketing mix* yang digunakan yaitu 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*)
2. Dalam penelitian ini data yang diolah hanya sebatas data produk vape, komponen-komponen vape, dan data transaksi pemesanan.
3. Sitem ini hanya melakukan proses transaksi pembayaran melalui transfer rekening Bank yang telah ditentukan.

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan proposal ini adalah :

1. Untuk membuat sebuah *online shop* berbasis *website* untuk penjualan dan *marketing* pada toko Vapegeh
2. Untuk menerapkan metode *marketing mix* 7P pada sebuah *e-commerce* dalam bentuk *website* di toko Vapegeh
3. Untuk merancang sistem informasi berbasis web agar dapat membantu Vapegeh dalam melakukan pengelolaan data pemasaran produk, penjualan, dan pembuatan laporan penjualan

## **Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk Mitra:

1. Diharapkan dapat meningkatkan penjualan vape pada Vapegeh
2. Diharapkan Vapegeh dapat melakukan pengelolaan data pemasaran produk, penjualan, dan pembuatan laporan penjualan
3. Diharapkan dapat membantu pelanggan Vapegeh untuk melihat ketersediaan produk vape dan komponen-komponen vape secara *online* dan *real time*

Untuk Universitas Teknokrat Indonesia:

4. Dapat membantu Penulis sebagai syarat menyelesaikan studi Strata-1 (S1)
5. Diharapkan dapat digunakan untuk menjadi tambahan referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya, menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas Teknokrat Indonesia, serta dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lainnya.