

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, salah satu usaha yang banyak diminati saat ini adalah pada bidang ritel khususnya pada sektor *Coffe Shop*. Pada saat sekarang ini bisnis *Coffe Shop* mulai berkembang dan diminati oleh para pebisnis, hal itu dapat dilihat dari banyaknya *Coffe Shop* yang ada di Indonesia. Konsumen *Coffe Shop* saat ini mayoritas dari kalangan muda yang hobi berkumpul di cafe bersama teman untuk sekedar melepas penat atau bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas-tugas mereka. Jika dahulu *Coffe Shop* masih berorientasikan pada keuntungan atau laba dan belum terlalu memperhatikan kenyamanan untuk konsumen saat berada di *Coffe Shop* tersebut, tetapi hal itu berbeda dengan *Coffe Shop* yang sudah memperhatikan apa yang diharapkan oleh konsumen ketika datang.

Perkembangan yang cukup pesat di bidang bisnis kuliner menggambarkan terdapatnya peluang bisnis dan kehadiran internet dewasa ini menjadikan perlu dilakukan perubahan strategi pemasaran dalam meningkatkan omset penjualan. Untuk mencapai maksud tersebut dibutuhkan bauran pemasaran (*marketing mix*), dan dalam penelitian ini bauran pemasaran dibatasi pada promosi melalui media sosial dan kualitas pelayanan. Media sosial menjadi salah satu alat yang banyak digunakan oleh pemasar dalam menyebarkan informasi tentang suatu produk kepada konsumen. Jaringan media sosial ini merupakan bentuk baru dari dialog antara “*consumer to consumer*” dan “*business to consumer*” yang memiliki

implikasi besar terhadap pemasar (Kotler & Armstrong, 2015). Melalui laman media sosial suatu perusahaan dapat ditemukan berbagai penilaian konsumen serta dapat membagikan pengalaman mereka dan secara tidak langsung akan mempengaruhi citra perusahaan. Selanjutnya, jika pelayanan yang diterima konsumen melampaui harapannya, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk (Tjiptono, 2014) dan dengan demikian akan memengaruhi mereka dalam membuat keputusan. (Silvina Clara & Dinalson, 2021)

Namun saat ini, media promosi yang dilaksanakan untuk meningkatkan konsumen masih kurang. Oleh karena itu akan diciptakan sebuah solusi bisnis untuk bisa mengatasi berbagai permasalahan yang dialami oleh AK Drink dengan membuat sebuah online marketing yang akan membantu bisnis yang sudah berjalan. Salah satu solusi yang cukup menjanjikan adalah pembuatan web yang khusus menyediakan pengetahuan tentang AK Drink, berbagai macam menu dan sebagai media promosi.

Maka penulis tertarik membuat suatu perancangan aplikasi berbasis PHP MYSQL dengan judul **“PERANCANG SISTEM INFORMASI MEDIA PROMOSI CAFE AK DRINK”**.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dirumuskan dari tujuan penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana membuat suatu sistem untuk memberikan informasi dan pengetahuan AK Drink menjadi menarik?
2. Bagaimana masyarakat juga dapat memanfaatkan teknologi informasi internet sebagai media informasi dan komunikasi antar penjual dan pembeli?
3. Bagaimana cara agar penjual dapat membagikan update terbaru?
4. Bagaimana agar konsumen mengakses web yang dibuat admin dengan mudah?
5. Bagaimana bentuk perancangan sistem yang akan dibangun?

1.3 Hipotesa

1. Dengan dibuatkannya media promosi ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui mengenai AK Drink ini.
2. Dengan dibuatkannya sistem informasi ini, diharapkan masyarakat bisa mengakses menu yang tersedia di AK Drink.
3. Dengan komunikasi antara admin dan penjual maka dapat dilakukan pengupdetan terbaru secara mudah pada program yang dibuat.
4. Dengan dibuatkannya program yang simple bahkan orang awam pun bisa memahami penggunaan web yang dibuat nantinya.
5. Dengan menggunakan PHP MySQL dalam merancang sistem yang akan dibangun.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian kali ini akan diambil beberapa batasan masalah agar penelitian dan pengkajian selanjutnya tidak menyimpang dari tujuan semula.

Sistem yang dikembangkan pun agar penjual mempromosikan menu atau updetannya di web melalui admin. Web yang dikembangkan nantinya berbasis PHP MYSQL berupa menu, informasi harga, dan informasi lainnya.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan membangun suatu sistem informasi media promosi pada AK Drink berbasis web untuk mempermudah masyarakat mengetahui mengenai AK Drink dan masyarakat bisa mengakses apa saja yang tersedia AK Drink.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penyusunan laporan ini akan berpengaruh bukan hanya kepada sebelah pihak saja, adapun pihak yg mendapatkan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat menerapkan ilmu-ilmu dan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan juga memperdalam ilmu mengenai sistem informasi.
 - b. Hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi pembuatan media promosi dalam berbagai perusahaan.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Sistem informasi promosi ini diharapkan mempermudah pengenalan perusahaan terhdap konsumen agar lebih menarik secara komputerisasi.

1.7 Gambaran Umum

Berikut gambaran secara umum AK Drink :

1.7.1 Latar Belakang

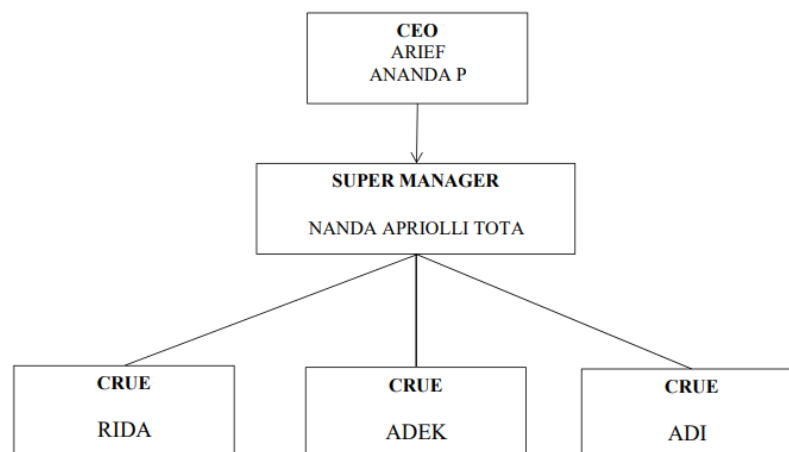
AK Drink, Jln Aru 8 Lubuk begalung, merupakan sebuah tempat makan yang berada di Kota Padang. AK Drink ini menyajikan berbagai menu minuman, cepat saji & kopi yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong. AK Drink ini didirikan oleh Alfinando dimana AK Drink berdiri pada Januari tahun 2019.

1.7.2 Lokasi

AK Drink berlokasi di Jl. Aru Lubuk Begalung, Padang, Indonesia.

1.7.3 Stuktur Organisasi

Struktur organisasi pada AK Drink terdiri dari Ceo, Supervisor, hingga Crue, Berikut struktur organisasi Cafe AK Drink:



Gambar 1.1 Struktur Organisasi

1.7.4 Jadwal Kerja

Adapun jadwal kerja pada Ak Drink sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jadwal Kerja

Keterangan	Hari						
	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
Jam Masuk	17:00	17:00	17:00	17:00	-	17:00	17:00
Jam Selesai	01:00	01:00	01:00	01:00	-	01:00	01:00

1.7.5 Tugas Dan Wewenang

1. Tugas Dan Wewenang CEO

- a. Menciptakan, mengomunikasikan, dan mengimplementasikan visi misi dan gambaran umum tujuan organisasi atau perusahaan kepada seluruh karyawan.
- b. Memimpin perkembangan dan pengimplementasian strategi perusahaan.
- c. Berkomunikasi dengan board of director untuk kemajuan perusahaan.
- d. Melihat perkembangan operasional perusahaan .
- e. Melihat potensi kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki kesamaan tujuan.
- f. Menjalani hubungan dengan sesama CEO untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan, reputasi perusahaan, serta mengembangkan kemampuan kepemimpinan.

2. Tugas Dan Wewenang Supervisor

- a. Mengelola alur kerja pegawai
- b. Melatih pegawai baru

- c. Membuat dan mengawasi jadwal kerja pegawai
- d. Mengevaluasi kinerja dan memberikan feedback
- e. Membantu menyelesaikan masalah dan kesulitan pegawai

3. Tugas Dan Wewenang Crue

- a. Melakukan persiapan retur barang
- b. Melakukan pengawasan & pencegahan barang-barang hilang
- c. Melakukan pengecekan barang yang baru saja datang
- d. Memberikan pelayanan kepada pelanggan
- e. Menjaga kebersihan baik di dalam maupun luar toko
- f. Melakukan pengawasan kepada para pembeli agar tidak terjadi hal buruk.
- g. Merawat dan mengoperasikan alat-alat yang ada di minimarket seperti genset dan freezer
- h. Melakukan pencatatan sebagai data rekapan