

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan diberbagai aspek sosial. Penggunaan teknologi oleh manusia dalam membantu menyelesaikan pekerjaan merupakan hal yang menjadi keharusan dalam kehidupan. Perkembangan teknologi ini juga harus diikuti dengan perkembangan pada Sumber Daya Manusia (SDM). Manusia sebagai pengguna teknologi harus mampu memanfaatkan teknologi yang ada saat ini, maupun perkembangan teknologi tersebut selanjutnya. Adaptasi manusia dengan teknologi baru yang telah berkembang wajib untuk dilakukan melalui pendidikan. Hal ini dilakukan agar generasi penerus tidak tertinggal dalam hal teknologi baru. Dengan begitu, teknologi dan pendidikan mampu berkembang bersama seiring dengan adanya generasi baru sebagai penerus generasi lama. Beberapa cara adaptasi tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk pelatihan maupun pendidikan.

Hal tersebut menjadi alasan mengapa perkembangan komunikasi pemasaran melalui media internet berkembang dengan sangat cepat. Pada dasarnya saat ini setiap perusahaan atau usaha rata – rata sudah memiliki Website atau blog yang berguna sebagai sebuah e – marketing atau istilah lainnya adalah online marketing. Penggunaan internet sebagai media komunikasi pemasaran merupakan bauran dari

marketing mix pada tahap promotion. Adanya pergeseran penggunaan media (media offline ke media online) dalam berpromosi merupakan sebuah tuntutan dimana hal tersebut terpengaruh oleh kemajuan teknologi dan faktor lain diantaranya efisiensi waktu dan biaya

Terdapat berbagai macam cara dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui internet, yang sering dilakukan adalah dengan menggunakan e-mail, blog dan juga Website. Persaingan yang sangat ketat diantara produk – produk sejenis menyebabkan perusahaan mencari berbagai macam bentuk promosi yang paling efektif dan efisien untuk memperkenalkan produknya kepada khalyak. Iklan merupakan media promosi yang paling efektif namun dalam kenyataannya pemilihan media merupakan salah satu unsur yang terpenting dalam keberhasilan sebuah promosi produk. Hal tersebut dikarenakan tidak semua produk yang ditawarkan akan menjadi sebuah iklan yang efektif dan efisien jika tidak menilai dengan baik media yang akan digunakan.

Penulis memilih SR12 Pasar Baru sebagai objek penelitian karena alasan bahwa perusahaan ini belum menggunakan internet sebagai salah satu dasar pelayanan kepada pelanggan atau dengan kata lain menggunakan internet sebagai basis pemasaran dan pedanganan. Hal tersebut menarik karena internet pada saat ini merupakan hal yang sudah menjadi umum sehingga akses untuk mempergunakan internet sudah semakin gampang dan akan menjadikan strategi baru bagi setiap perusahaan atau organisasi bisnis untuk melakukan pemasaran produk. Alasan yang lain adalah bahwa SR12 Pasar Baru merupakan salah satu toko yang menggunakan media internet dalam berinteraksi atau melakukan proses

penjualan barangnya selain dengan menggunakan media konvensional misalnya dengan menggunakan selebaran dan lain sebagainya.

Kemudian dapat disimpulkan bahwa setiap organisasi bisnis atau perusahaan tentu memiliki tujuan perusahaan baik itu tujuan pemasaran atau tujuan – tujuan lainnya yang ingin dicapai. Oleh karena itu setiap perusahaan atau organisasi bisnis memiliki strategi tertentu dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut. Begitu juga dengan SR12 Pasar Baru tentu juga memiliki tujuan perusahaan yang ingin dicapai karena sesuai dengan prinsip ekonomi bahwa perusahaan atau organisasi bisnis bahwa perusahaan harus mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan menggunakan pengeluaran seminimal mungkin. Hal ini tentu butuh perencanaan strategi untuk dapat mencapai tujuan tersebut terutama strategi pemasaran. Strategi komunikasi merupakan titik poin penting dalam penelitian ini yang mengacu pada strategi komunikasi yang diterapkan pada tahapan promosi produk melalui media online sehingga hal – hal yang perlu diperhatikan adalah sumber, media, khalayak dan feedback yang tepat sehingga diketahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang baik melalui media online. Maka dari itu penulis mengusulkan judul penelitian yang berjudul “Perancangan sistem informasi business intelligence dalam proses pemasaran produk kecantikan SR12 pada distributor pasar baru padang dengan menerapkan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini akan di jabarkan pada point-point dibawah ini.

1. Bagaimana merancang suatu sistem yang dapat membentuk strategi bisnis yang baik pada SR12 Pasar Baru?
2. Bagaimana pengimplemntasian sistem yang dirancang dapat memberikan perubahan kepada SR12 Pasar Baru?
3. Bagaimana dengan sistem nantinya dapat memberikan laporan yang akurat kepada pihak SR12 Pasar Baru?

1.3 Hipotesa

Adapun jawaban sementara pada rumusan masalah diatas adalah :

1. Diharapkan dengan adanya sistem IT Business Management dapat memberikan strategi bisnis yang dapat membentuk suatu proses pemasaran yang tepat tujuan dan sasarannya sehingga dapat memberikan untung yang besar bagi SR12 Pasar Baru.
2. Diharapkan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL dapat memberikan suatu hasil sistem yang dapat dengan mudah digunakan oleh pihak SR12 Pasar Baru.
3. Diharapkan dengan adanya sistem yang dirancang dapat memberikan hasil laporan yang akurat kepada pimpinan SR12 Pasar Baru.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah penelitian ini hanya membahas bagaimana srategi pemasaran pada SR12 Pasar Baru sehingga dapat memberikan efek positif bagi perusahaan dalam bidang pemasaran produk. Pada

penelitian penulis akan membangun suatu sistem promosi produk dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dapat dijelaskan pada penjelasan berikut.

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan SR12 Pasar Baru dalam mempromosikan produk melalui online media.
2. Dapat membantu pihak toko dalam proses transaksi penjualan barang menjadi lebih cepat, tepat dan akurat.

1.5.1 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini dapat dilihat pada penjelasan berikut.

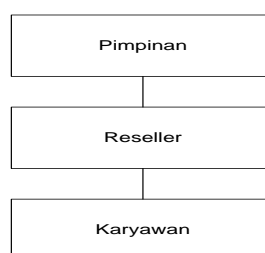
1. Manfaat akademis yang didapatkan yaitu untuk memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi pemasaran online sehingga memberikan manfaat berupa pandangan mengenai strategi komunikasi pemasaran online.
2. Memberikan gambaran bagi perusahaan lain bagaimana melakukan komunikasi pemasaran melalui media online.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi para praktisi periklanan khususnya di divisi kreatif dalam merancang strategi komunikasi pemasaran melalui media online.

1.6 Tinjauan Umum Perusahaan

PT SR12 Herbal Perkasa, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Herbal & Skin Care berdiri tahun 2015 oleh Toni Firmansyah, S.Farm.,Apt. & Asrianty Salam, S. Farm. Mempunyai visi yang besar untuk memberikan nilai manfaat bagi semua orang, telah membawa perusahaan ini bertumbuh dengan cepat dan disambut baik oleh masyarakat. Formula-formula SR12 Herbal Skin Care merupakan hasil penelitian dari beberapa saintis yang bersertifikasi, sehingga dihasilkan produk-produk kosmetik yang baik dan aman digunakan serta telah teruji di laboratorium Sucofindo bebas Mercury & Hydroquinon dan telah terdaftar di BPOM RI. PT SR12 Herbal Perkasa saat ini memiliki 3 pabrik yang terletak di Provinsi Jawa Barat, ditangani oleh tenaga profesional di bidangnya. Tercatat sampai oktober 2019, SR12 memiliki ratusan Distributor dan belasan ribu Mitra yang tersebar di seluruh indonesia sebagai penyalur produk yang dihasilkan.

1.6.1 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi yang ada pada SR 12 dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber : SR12 Padang

Gambar 1.1 Struktur Organisasi

1.6.2 Tugas dan Wewenang

Adapun tugas dan wewenang yang ada pada Gambar 1.1 dapat dilihat pada penjelasan berikut.

a. Pimpinan

Memberikan arahan kepada reseller untuk melakukan promosi barang kepada pelanggan. Serta mengontrol seluruh kinerja karyawan dan reseller.

b. Reseller

Melakukan promosi barang dan melakukan penjualan stock guna untuk mencapai point.

c. Karyawan

Mengelola data penjualan dan mengelola permintaan reseller.