

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi berkembang sangat cepat pada zaman modern saat ini. Inovasi dan penemuan baru selalu dilakukan setiap hari di bidang teknologi untuk mendapatkan teknologi yang canggih serta bermanfaat bagi kehidupan umat manusia. Salah satu teknologi yang sudah terbukti mampu mendukung aktivitas-aktivitas bisnis adalah teknologi informasi. Teknologi yang menggabungkan teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi ini telah mengubah cara hidup individu maupun organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya atau menjalankan kegiatan sehari-hari.

Teknologi informasi merupakan bagian dari sistem informasi yang mendukung sistem informasi dalam menghasilkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi dapat diterapkan pada aktivitas atau fungsi bisnis seperti akuntansi, keuangan, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia. Penggunaan teknologi informasi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis, membantu dalam pengambilan keputusan, dan meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Salah satu sistem informasi untuk mendukung perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa kepada para pelanggan adalah sistem informasi pemasaran.

Sistem informasi pemasaran merupakan salah satu bentuk sistem informasi yang lebih menuju pada area fungsional bisnis, yaitu pada bagian pemasaran. Sistem ini menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran dan menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak yang mempunyai

kepentingan (stakeholder) seperti, pelanggan. Sistem informasi pemasaran memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung fungsi bisnis pemasaran perusahaan terutama pada bagian promosi(Taufani, 2016).

Promosi merupakan sekumpulan aktivitas untuk memberikan informasi mengenai barang dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada calon konsumen atau masyarakat. Produk dan jasa yang kurang dipromosikan tidak dapat memberikan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan karena konsumen atau masyarakat tidak banyak yang mengetahui mengenai merek atau produk dan jasa yang ditawarkan. Salah satu bentuk promosi yang berkembang pesat saat ini adalah pemasaran online (online marketing). Pemasaran online merupakan berbagai aktivitas untuk mempromosikan produk dan jasa kepada konsumen atau pelanggan secara langsung melalui jaringan Internet(Hernandhi et al., 2018).

Internet atau yang biasa disebut sebagai dunia maya merupakan jaringan fisik dari berbagai perangkat komputer yang terhubung secara global. Melalui jaringan Internet kita dapat mengakses World Wide Web atau Web untuk berbagi dan mendapatkan konten serta informasi dengan cepat dan efisien. Internet dijadikan sebagai alternatif sumber informasi pertama yang dapat diakses seseorang untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tertentu. Adanya mesin pencari (search engine), seperti Google semakin memudahkan pengguna untuk mencari informasi menggunakan kata kunci (keyword) tertentu(Utama, 2011).

Jumlah pemakai Internet semakin bertambah setiap tahunnya. Kebutuhan untuk mengakses Internet ini tidak hanya melalui Personal

Computer (PC) dan Notebook. Penggunaan mobile device seperti smartphone dan tablet telah menjadi trend masa kini. Akhir-akhir ini banyak sekali perusahaan atau bisnis yang menciptakan online shopping, cloud computing, digital marketing, social networking, dan mobile marketing dengan memanfaatkan teknologi Web. Melihat keadaan ini, banyak perusahaan besar maupun kecil lainnya ikut serta memanfaatkan Web untuk mempromosikan produk dan jasa dengan menampilkan informasi yang lengkap mengenai produk dan jasa perusahaan untuk menarik pelanggan baru. Namun, masih terdapat juga perusahaan yang belum memanfaatkan teknologi Web dalam mendukung fungsi pemasarannya. Salah satu dari perusahaan ini adalah PT. Umega Sembilan Berlian.

PT. Umega Sembilan Berlian adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi air mineral. Setiap perusahaan produksi pasti akan berkaitan dengan masalah penjualan produk-produknya. Kebutuhan informasi mengenai proses penjualan dirasa sangat diperlukan untuk efisiensi dan efektivitas kerja agar memperoleh hasil yang maksimal. Selain itu, hal tersebut juga diperlukan untuk perencanaan produksi barang yang tepat sasaran dari waktu ke waktu. Di perusahaan ini, segala bentuk informasi yang berkaitan dengan proses penjualan masih diolah secara manual. Penggunaan komputer kurang maksimal. Sistem ini masih kurang efektif dan efisien. Di perusahaan itu terkadang terjadi masalah-masalah antara lain : produksi barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan, jumlah stok barang yang tidak sesuai dengan data stok barang, kesulitan dari pihak perusahaan untuk mengembangkan wilayah pemasaran, kesulitan dalam menangani masalah pembayaran distributor. Hal

ini disebabkan karena data-data yang berkaitan dengan hal tersebut di atas pengolahannya masih kurang terstruktur.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba untuk menganalisis dan mengkaji serta mengadakan penelitian dan merancang suatu sistem informasi digital marketing berbasis web. Agar ruang lingkup penelitian ini semakin jelas, maka penulis membatasi ruang lingkup dengan judul **“RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI DIGITAL MARKETING UNTUK PEMASARAN PRODUK PADA PT.UMEGA SEMBILAN BERLIAN DHARMASRAYA DENGAN BAHASA PEMOGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari masalah yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas yang terjadi pada perusahaan , maka dapat diidentifikasi beberapa masalah antara lain:

1. Bagaimana cara mengurangi seringnya terjadi kesalahan perhitungan pembelian pelanggan ?
2. Bagaimana cara mengatasi tidak sinkronya laporan perhari dengan barang yang terjual?
3. Bagaimana perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Umega Sembilan Berlian ?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak melebarnya masalah yang diteliti maka penulis dapat

menyimpulkan batasan masalah yaitu untuk sistem informasi penjualan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.

1. Analisa proses sistem informasi penjualan berdasarkan dari masalah yang diperoleh dari Perusahaan.
2. Sistem informasi penjualan ini berdasarkan kebutuhan Perusahaan
3. Perancangan sistem informasi penjualan ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database MySQL.

1.4 Hipotesa

Dari permasalahan yang telah dirumuskan di atas, dapat ditarik suatu hipotesis yaitu :

1. Diharapkan dengan rancangan sistem yang dibangun dapat memberikan kemudahan karyawan dalam proses penjumlahan pembelian barang oleh pelanggan.
2. Diharapkan dengan adanya sistem informasi pemasaran dapat memberikan manfaat dalam pembuatan laporan pada Perusahaan.
3. Diharapkan dengan adanya sistem informasi pemasaran ini dapat membantu memperluas jangkauan penjualan dari PT. Umega Sembilan Berlian.

1.5 Tujuan Penelitian

Untuk penelitian ini dapat sesuai dengan target awalnya maka

adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengusulkan dan merancang suatu aplikasi sistem informasi pemasaran untuk mengurangi seringnya terjadi kesalahan perhitungan pembelian pelanggan di PT. Umega Sembilan Berlian.
2. Untuk mengolah, menghasilkan, dan menyimpan data penjualan dan menciptakan laporan yang akurat dan sinkron dengan data penjualan di PT. Umega Sembilan Berlian.
3. Mengusulkan dan merancang suatu aplikasi sistem informasi pemasaran untuk memperluas pemasaran PT. Umega Sembilan Berlian.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan serta memiliki nilai seperti:

1. Manfaat bagi peneliti.
 - a. Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama berada di bangku perkuliahan terutama tentang perancangan sistem informasi.
 - b. Dapat mengimplementasikan sistem pendaftaran dan penjadwalan yang manual kedalam sistem yang telah terkomputerisasi.
2. Manfaat Bagi PT. Umega Sembilan Berlian
 - a. Membuat informasi lebih akurat dalam proses penjualan.
 - b. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari proses pembuatan laporan.

3. Manfaat bagi pembaca
 - a. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut.
 - b. Memberikan wawasan dan gambaran bagi pembaca dalam merancang sebuah sistem informasi pemasaran.
4. Manfaat bagi universitas
 - a. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian untuk dikembangkan lebih lanjut dengan permasalahan yang berbeda.
 - b. Sebagai bahan evaluasi akademik untuk meningkatkan mutu pendidikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami laporan skripsi, dikemukakan sistematika penulisan yang terdiri dari enam bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan beberapa sub bab antara lain : latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, hipotesa, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian, dimaksudkan agar dapat memberi gambaran tentang urutan pemahaman dalam menyajikan skripsi ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori menurut tinjauan pustaka, kerangka penelitian, teori-teori yang disajikan dalam landasan teori diperoleh dari literatur buku yang sesuai dengan judul.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini materi yang dibahas oleh peneliti adalah mengenai lokasi dan waktu penelitian, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, jenis penelitian alat dan teknik pengembangan sistem.

BAB IV : ANALISA DAN HASIL

Pada bab ini akan menampilkan hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasan terhadap hasil yang sudah dicapai.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dari permasalahan yang dibahas serta saran yang akan menjadi masukan bagi perkembangan sistem ini .

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini akan dipaparkan tentang sumber-sumber literatur yang digunakan dalam pembuatan laporan skripsi ini.