## BAB I

## PENDAHULUAN

* 1. **1.1 Latar Belakang**

Teknologi Informasi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap dunia pada saat ini. Hanya dengan satu jari dan gadget yang terkoneksi dengan internet, kita dapat melihat dan mengetahui berbagai informasi dunia secara cepat. Karena kesibukan manusia saat ini dan untuk efisiensi waktu, hampir semua masyarakat diberbagai belahan dunia menggunakan *internet* disetiap hari. Karena *internet* merupakan fasilitas yang sangat efektif dan efesien bagi manusia untuk mempermudah dalam pekerjaan, promosi usaha, berorganisasi dan lainnya. Dilihat dari sisi positif *internet* banyak pengusaha internasional maupun nasional mulai memperluas pemasarannya melalui jaringan *internet* dengan tujuan promosi dan mengembangkan usahanya.

Seiring perkembangan teknologi informasi, kita dapat merasakan persaingan usaha semakin hari semakin komplek, dimana semua informasi harus disampaikan secara menarik dan cepat serta dapat memberikan pengaruh yang posiitif bagi calon konsumen, oleh sebab itu sistem informasi pemasaran sangat dibutuhkan oleh perusahaan CV. VANILLA GEMSTONE untuk meningkatkan promosi kepada masyarakat secara luas. CV. VANILLA GEMSTONE, yang beralamat di Jalan Sudajaya, Kp. Salatamiang, RT. 28/06, Desa Sukajaya, Kec. Sukabumi, Kab. Sukabumi. CV. VANILLA GEMSTONE mengambil bagian dalam penyediaan bahan makanan vanilla kota Sukabumi. Target penjualannya ditujukan pada kalangan menengah ke bawah dengan menyediakan berbagai cabang sesuai area penyediaan bahan makanan vanilla seperti pasar, minimarket, supermarket, Mall dan para pengecer/pedagang, untuk menarik peminat konsumen.

Untuk mencapai tujuan yang direncanakan perusahaan, tentunya perusahaan harus dapat menyesuaikan terhadap perkembangannya khususnya pada perkembangan teknologi yang ada, sistem yang dapat menghubungkan siklus informasi dititikberatkan pada bagian pemasaran yang merupakan penunjang kemajuan penjualan perusahaan.

Saat ini Sistem Informasi CV. VANILLA GEMSTONE belum berjalan dengan baik, pemasaran Vanilla masih menggunakan cara tradisional seperti, iklan baliho, koran, spanduk, *LED*, *marketing*, konsumen ke konsumen. Cara-cara yang dilakukan ini belum optimal dan kurang diperhatikan oleh calon pembeli. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperlancar pemasaran adalah dengan memanfaatkan teknologi dalam rangka memperkenalkan CV. VANILLA GEMSTONE, adalah lewat *website* yang dapat diakses oleh masyarakat luas.

Berdasarkan penjelasan diatas maka perlu adanya suatu program aplikasi untuk mengolah sistem informasi CV. VANILLA GEMSTONE untuk dijadikan bahan penelitian skripsi yang berjudul: “**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN VANILLA PADA CV. VANILLA GEMSTONEBERBASIS *WEBSITE*.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada konsumen, sebuah perusahaan akan berupaya memperbaiki dan menanggulangi setiap permasalahan yang timbul serta memberikan solusi yang terbaik. Berdasarkan latar belakang masalah. CV. VANILLA GEMSTONE, maka permasalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan antara lain:

* + 1. Bagaimana mempromosikan dan memperkenalkan CV. VANILLA GEMSTONE kepada calon konsumen?
    2. Bagaimana membuat sistem informasi pemasaran yang baik pada CV. VANILLA GEMSTONEberbasis *website*?
    3. Bagaimana cara mengimplementasikan rancangan sistem untuk pemasaran Vanilla pada CV. VANILLA GEMSTONEberbasis we*bsite*?
    4. Bagaimana penguji sistem informasi pemasaran Vanilla pada CV. VANILLA GEMSTONE berbasis *website*?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam upaya pemecahan masalah dan penelitian penulis dapat tercapai, maka penulis melakukan beberapa pembatasan masalah yaitu:

* + 1. Sistem informasi yang dibuat meliputi sistem pemasaran Vanilla secara *online*

pada CV. VANILLA GEMSTONE*.*

* + 1. Proses yang dibuat dalam sistem informasi ini hanya membahas tentang pengolahan data pemasaran Vanilla berdasarkan CMS (*Content Management System*) dan MySQL pada *Localhost.*
    2. Pada perancangan sistem informasi pemasaran ini, tidak dibahas tentang laporan keuangan per-periode apapun.
    3. Perancangan sistem informasi pemasaran ini hanya membahas salah satu produk yang ada di CV. VANILLA GEMSTONE yakni bahan baku Vanilla *.*

## 1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dari tujuan penelitian ini adalah untuk menyediakan sistem informasi pemasaran Vanilla pada CV. VANILLA GEMSTONEberbasis *website.* Tujuan diadakan penelitian ini adalah antara lain:

* + 1. Untuk membuat perancangan Sistem Informasi Pemasaran Vanilla pada CV. VANILLA GEMSTONEberbasis *website*.
    2. Untuk memperkenalkan CV. VANILLA GEMSTONEkepada masyarakat luas dengan sistem informasi pemasaran Vanilla yang baru.
    3. Untuk memberikan informasi dan mempermudah calon konsumen dalam memilih Vanilla, melalui sistem informasi pemasaran Vanilla berbasis *website*.

## 1.5 Manfaat penelitian

Pada Penelitian ini penulis mengharapkan adanya manfaat yang maksimal walaupun dilaksanakan dengan kemampuan yang terbatas, sehingga penyajian jauh dari kesempurnaan. Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain kegunaan Praktis dan akademis.

## Manfaat Praktis

1. Untuk mempermudah CV. Vanilla Gemstonedalam memasarkan Vanilla.
2. Memudahkan konsumen dalam memilih Vanilla baru.

## Manfaat Akademis

1. Bagi penulis.

Bagi penulis ini dilakukan untuk menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman mengenai perancangan sistim informasi pemasaran dan dalam menganalisis sebuah sistem informasi yang ada di perusahaan dan mengimplementasikannya dengan membuat program aplikasi berbasis *website*.

1. Bagi peneliti lain.

Hasil peneliti ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada paneliti lain yang juga mengambil tugas akhir sebagai referensi di dalam penulisannya.

1. Bagi penyediaan bahan makanan vanilla.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi perbandingan antara ilmu manajemen teori dan praktek sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih memajukan ilmu Informatika yang ada dan dapat menguntungkan berbagai pihak.

## 1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori- teori yang diperlukan dalam menunjang penulisan skripsi, serta berisikan penelitian-pnelitian terdahulu yang dilakukan peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, membahas mengenai kerangka kerja pemasaran Vanilla berbasis *website*, yang mencakup metodologi pengumpulan data, penyediaan bahan makanan vanilla sistem, dan gambaran umum perusahaan, struktur, organisasi, tugas dan tanggung jawab masing-masing departemen organisasi.

BAB IV ANALISIS DAN IMPLEMENTASI

Dalam bab ini membahas mengenai Analisa sistem yang berjalan, evaluasi dan solusi sistem yang diusulkan, dan implementasi.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.