



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki strategi dan sistem pemasaran yang berbeda-beda dalam memasarkan barang atau jasanya kepada konsumen. Dari berbagai macam cara pemasaran yang ada, strategi dan sistem pemasaran yang terbaik adalah pemasaran yang dilakukan secara efektif dan efisien. Seiring dengan kemajuan teknologi yang ada pada dewasa ini, sudah banyak yang melakukan promosi atau bahkan memasarkan produknya kepada pelanggan secara *online* atau dengan menggunakan bantuan *internet*.

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat pada saat ini, perusahaan harus dapat mengambil langkah lebih cepat dan tepat dalam mempromosikan dan memasarkan produknya. Selain itu juga perusahaan harus memikirkan bagaimana caranya agar produk yang dipasarkan oleh mereka itu dapat dikenal luas dan dapat diperoleh dengan mudah. Karena seringkali yang menjadi kendala dalam melakukan promosi dan pemasaran produk adalah jarak dan waktu. Untuk melakukan pemasaran ke daerah lain tentu saja harus menempuh jarak yang jauh, menghabiskan waktu bahkan membutuhkan pengeluaran dana, yang sudah tentu saja menunjukkan cara promosi atau pemasaran yang kurang efektif dan efisien.

CV. Ogua Distribusi adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi bahan-bahan bangunan seperti Jutop, Bostik, Ijuk, Lem JuKU, *Furniture*

Component dan lain-lain di Indonesia dan perusahaan pengimpor lantai kayu *flooring*. CV. Ogua Distribusi sudah memiliki 4 kantor cabang yang terletak di Jakarta, Semarang, Surabaya dan Bali. Selama ini sejak tahun 2002, CV. Ogua Distribusi melakukan pemasaran lewat mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh salah satu Toko Bahan Bangunan yaitu Mitra 10. Dengan mengikuti pameran yang diadakan oleh Mitra 10 tersebut, CV. Ogua Distribusi juga menyebarkan brosur kepada konsumen sebagai bentuk promosi atau pemasaran produk mereka.

Berdasarkan keadaan diatas, penulis melihat adanya peluang dalam melakukan promosi dan pemasaran produk yang dapat dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan teknologi berbasis *web* sebagai sarana bagi CV. Ogua Distribusi dan konsumen dalam melakukan interaksi bahkan proses bisnis. Dengan bantuan teknologi berbasis *web* yang dapat menghubungkan orang dari berbagai daerah, penulis akan menganalisis dan merancang situs web yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan CV. Ogua Distribusi dalam mempromosikan dan memasarkan produk atau bahkan melakukan proses bisnis mereka secara *online*.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis dan merancang situs web *e-marketing* yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan CV. Ogua Distribusi.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penulisan ini, penulis membatasi pada analisis dan perancangan situs web yang mencakup pemasaran dan promosi produk secara efektif dan efisien pada CV. Ogua Distribusi melalui situs web.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menganalisis dan merancang situs web pada CV. Ogua Distribusi, guna mempromosikan perusahaan dan membantu perusahaan dalam memasarkan produk secara efektif dan efisien.

1.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang akan diperoleh dari melakukan penelitian ini antara lain:

- 1) Bagi CV. Ogua Distribusi, dapat memberikan fasilitas – fasilitas berupa media pemasaran online, layanan komunikasi yang interaktif, sarana pelayanan pelanggan dan pemesanan produk secara online. Dengan adanya *situs web e-marketing* ini memungkinkan CV. Ogua Distribusi untuk menjangkau pelanggan di luar batas lokal atau regional. Selain itu dapat

membantu mengurangi biaya komunikasi melalui telepon dan faksimili, mengurangi biaya percetakan selebaran / brosur dalam memasarkan atau mempromosikan produk.

- 2) Bagi Konsumen, mempermudah pelanggan dalam mendapatkan produk, mengetahui deskripsi produk, dan informasi terbaru dari CV. Ogua Distribusi.
- 3) Menambah wawasan dalam perancangan sebuah *situs web e-marketing* dalam melakukan promosi dan pemasaran dan untuk memenuhi persyaratan demi mencapai gelar kesarjanaan dengan jurusan Sistem Informasi di Universitas Multimedia Nusantara.

1.6. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam memperoleh data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian yaitu:

- 1) Metode Analisa dan Perancangan

Untuk menganalisa dan merancang *situs web* pada CV. Ogua Distribusi , akan digunakan 7 tahap analisa yaitu:

- a. Membatasi peluang pasar

Kegiatan yang dilakukan adalah melihat peluang yang ada saat ini, identifikasi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, segmentasi pasar, mengidentifikasi berbagai sumber daya yang dimiliki oleh

perusahaan, menilai peluang dari segi kompetitif, teknologi, dan potensi keuangan, menyatakan “Go / Not Go”

b. Perumusan strategi pemasaran

Membahas tentang Visi dan Misi perusahaan, strategi perusahaan, dan strategi pemasaran pada CV. Ogua Distribusi saat ini (*Segmentation, Targetting, Positioning*).

c. Perancangan pengalaman pelanggan

Tahapan pengalaman pelanggan terdiri atas tiga, yaitu: Pengalaman akan fungsionalitas “*The Site Works Well*”, Pengalaman akan keintiman “*They Understand Me*”, Pengalaman akan Penginjilan/ Menyebarluaskan “*I Love to Share the Story*”.

d. Perancangan tampilan antarmuka

Dalam perancangan tampilan antarmuka akan digunakan kerangka kerja yang dikenal dengan kerangka kerja 7C (*Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection, Commerce*).

e. Perancangan program pemasaran

Tingkat Hubungan Pelanggan dalam Strategi pemasaran (*Awareness, Exploration, Commitment, Dissolution*), *Marketing Mix* untuk CV. Ogua Distribusi, *Marketspace Matrix* untuk CV. Ogua Distribusi.

- f. Pemanfaatan informasi pelanggan dengan menggunakan teknologi
- g. Evaluasi program pemasaran

2) Metode Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh informasi sebagai bahan-bahan referensi berupa buku teks, jurnal–jurnal, tutorial serta literatur lainnya seperti situs web yang berhubungan dengan pengumpulan data dan berguna untuk perancangan *situs web*.

1.7. Alat Bantu Penelitian

Dalam perancangan *situs web* untuk melakukan pemasaran secara *online* dari CV. Ogua Distribusi, penulis akan menggunakan Microsoft Office Visio 2010 untuk mendesain *database* yang akan digunakan, MySQL ver. 5.5.16 untuk *database*, XAMPP ver. 1.7.7 sebagai *local server* untuk menjalankan *database* yang dibuat dan Netbeans ver. 7.0.1 sebagai *developer tools*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A