

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

E-marketing (Electronic marketing) merupakan pemanfaatan teknologi informasi dalam proses membuat, berkomunikasi, dan memberikan nilai (*value*) kepada pelanggan. *E-Marketing* mempengaruhi pemasaran tradisional dalam dua cara. Pertama, *e-marketing* meningkatkan efisiensi dalam fungsi pemasaran tradisional. Kedua, teknologi dari *e-marketing* mengubah banyak strategi pemasaran. Hasil perubahan dalam model bisnis baru ini dapat menambah nilai (*value*) pelanggan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. *E-Marketing* juga merupakan sisi pemasaran dari *e-commerce*, yang terdiri dari usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. Dengan sebuah *website*, perusahaan dapat memasarkan produk secara cepat untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas mengenai penjelasan produk atau jasa yang lebih terperinci yang dapat membantu pihak perusahaan dalam menambah dan meningkatkan target penjualan, juga mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan (Raymond, 2011).

Toko Distro *Black Outlet* merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang fashion dan baru dibangun pada pertengahan tahun 2016 yang terletak di jl. Kiwi No. 26 kelurahan Sidodadi Kecamatan Kedaton Bandar Lampung. Toko Distro *Black Outlet* menjual berbagai jenis dan tipe pakaian, jeans, dan nantinya akan menambah produk seperti *acssesories*. Selain itu Toko Distro *Black Outlet* menyediakan tempat bersantai disekitar toko, serta menarik membuat konsumen lainnya dan lebih leluasa untuk memilih model pakaian yang disukainya, agar selalu terlihat lebih *trendy* dan *stylish*. Banyaknya persaingan penjualan pada toko distro saat ini membutuhkan strategi pemasaran yang lebih luas jangkauannya, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi informasi *e-marketing*.

Saat ini media promosi yang digunakan pada Toko Distro *Black Outlet* adalah dengan memasang *banner* di depan toko. Kemudian untuk mempromosikan produk baru menggunakan *Instagram* yang hanya diketahui oleh kontak yang berteman dengan pihak Toko Distro *Black Outlet*. Permasalahannya informasi pemasaran produk baru tidak diketahui calon konsumen secara luas mengenai produk-produk pada Toko Distro *Black Outlet*.

Akibat dari permasalahan yang ada, Toko Distro *Black Outlet* membutuhkan peningkatan pada pemasaran produk sehingga dapat menambah jumlah pelanggan dan pendapatan toko. Dengan menggunakan sistem *e-marketing* konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang produk-produk baru, mengenai model produk, harga produk, jumlah produk dan stok produk yang ada pada toko ini (Sumber: Toko Distro *Black Outlet*, 2016).

Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan pemasaran pada Toko Distro *Black Outlet*, perlu dibuat *e-marketing*, untuk menyediakan informasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk membuat sistem pemasaran dengan pendekatan *user experience design*. Penelitian ini menggunakan perangkat CMS *open cart*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana menganalisis sistem informasi pemasaran pada Toko Distro *Black Outlet*?
2. Bagaimana merancang aplikasi *e-marketing* pada Toko Distro *Black Outlet*?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas tentang :

1. Sistem informasi yang dibuat untuk pemasaran produk.
2. Menggunakan *E-Marketing* dalam pemasaran produk.
3. Sistem informasi yang dibuat tidak sampai pada perhitungan penjualan secara terperinci dan secara *online*.

1.4 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu mempunyai tujuan dan sasaran.

Tujuan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Menganalisis dan mengetahui sistem informasi *e-marketing* guna membangun sebuah sistem informasi untuk membantu proses pemasaran atau promosi pada Toko Distro *Black Outlet*.
2. Merancang aplikasi *e-marketing* pada toko Distro *Black Outlet* diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan toko tersebut, agar dapat tercapainya peningkatan penjualan setiap bulannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademik dapat menambah dan memberikan sumbangan pemikiran tentang sistem informasi pemasaran menggunakan media internet.
2. Bagi perusahaan yaitu secara umum membantu dalam meningkatkan mutu kinerja perusahaan, mengetahui pencapaian target penjualan dari Toko Distro *Black Outlet*.
3. Bagi masyarakat yaitu lebih mudah dalam mendapatkan informasi tentang jenis produk apa saja yang dijual oleh Toko Distro *Black Outlet*.