

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

#### **3.1 Analisa Permasalahan yang dihadapi Perusahaan**

Permasalahan utama yang dihadapi Fotocopy Rizkyku Jaya berkaitan dengan kurangnya pemanfaatan teknologi digital baik dalam operasional maupun pemasaran. Implementasi website dan pengembangan strategi pemasaran digital melalui platform diharapkan dapat membantu mengatasi masalah-masalah ini, sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan pertumbuhan bisnis.

1. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Operasional Fotocopy Rizkyku Jaya

Meskipun Fotocopy Rizkyku Jaya telah berkembang, namun mereka belum memanfaatkan teknologi seperti website untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan pelanggan.

2. Minimnya Strategi Pemasaran Digital yang Efektif

Fotocopy Rizkyku Jaya memiliki potensi besar untuk memanfaatkan media sosial, seperti google, sebagai alat promosi. Namun, saat ini pemanfaatan google sebagai platform pemasaran masih belum optimal.

#### **3.1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, penulis merumuskan sebuah masalah yaitu “Bagaimana. Fotocopy Rizkyku Jaya dapat memanfaatkan teknologi digital untuk bersaing secara efektif di industri penyedia jasa yang semakin kompetitif”?

### 3.1.2 Kerangka Pemecahan Masalah

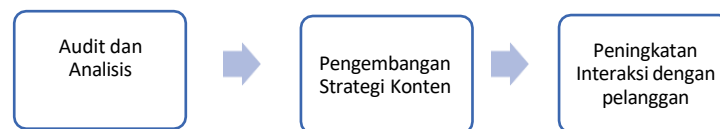
Kerangka pemecahan masalah ini mencakup langkah-langkah terstruktur untuk mengimplementasikan teknologi digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat strategi pemasaran Fotocopy Rizkyku jaya , sehingga perusahaan dapat lebih bersaing di industri Penawaran jasa.

#### 1. Implementasi Teknologi sistem Informasi dan Pemesanan Berbasis Website



Gambar 3.1 Kerangka Implementasi Teknologi *Sitem ifomasi dan pemesanan*

#### 2. Optimalisasi Penggunaan website sebagai Alat Pemasaran Digital



Gambar 3.2 Kerangka Optimalisasi Penggunaan Website

## 3.2 Landasan Teori

Landasan teori ini memberikan dasar konseptual yang mendukung implementasi teknologi Sistem Infomarsi dan pemesanan berbasis *website* dan strategi pemasaran digital Fotocopy Rizkyku Jaya. Dengan mengacu pada teori- teori ini, perusahaan dapat mengembangkan sistem informasi dan pemesanan yang lebih efisien dan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan daya saing di pasar.

### 3.2.1 Sistem Informasi

Menurut Wahyudi, M. D., & Ridho, M. R.(2020),Sistem informasi adalah gabungan dari berbagai komponen teknologi informasi yang saling bekerjasama danmenghasilkan suatu informasi guna memperoleh satu jalur komunikasi dalam suatu organisasi, kelompok atau suatu bisnis

### 3.2.2 Website

Menurut Adellia , Leon Andretti Abdillah (2020), Website yang juga dikenal sebagai web, adalah salah satu jenis media yang terdiri dari kumpulan halaman yang menyajikan beragam informasi, seperti teks, data, gambar statis atau bergerak, animasi, suara, dan video, baik dalam bentuk tetap maupun yang dapat berubah secara dinamis. Dalam konteks Fotocopy Rizkyku Jaya website yang dikembangkan memiliki fungsi sebagai media untuk menyajikan informasi dan pemesanan yang memungkinkan pelanggan melakukan pemesanan melalui *web*. Penggunaan *website* ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.

### 3.2.3

Menurut Lilis Indrayani, Feri Awopi, Suriani Zabir (2020), Pemasaran digital adalah menyediakan platform online yang memungkinkan UKM memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan akses pasar mereka. , pemasaran digital mencakup berbagai saluran, termasuk mesin pencari, media sosial, email, dan situs web, untuk menjangkau pengguna yang lebih luas dan membangun hubungan dengan pelanggan.

## 3.3 Metode yang digunakan

Terdapat dua metode yang digunakan dari penulis selama kegiatan Kerja Praktek (KP), yaitu:

#### a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya kepada responden. Ini merupakan teknik pengumpulan informasi melalui pertanyaan langsung kepada individu yang memiliki kewenangan terkait masalah tersebut. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara dengan *owner* Fotocopy Rizkyku Jaya.

#### b. Observasi Adalah Metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek atau kegiatan yang sedang berlangsung

### 3.4 Rancangan Program yang akan dibuat

Rancangan program ini mencakup pengembangan sistem informasi berbasis *website* untuk memudahkan akses menu oleh pelanggan, serta strategi pemasaran digital melalui *website* untuk meningkatkan kehadiran *online* dan interaksi dengan pelanggan. Rancangan program dibagi menjadi beberapa komponen utama sebagai berikut:

#### 3.4.1 Pengembangan Sistem Informasi dan Pemesanan Berbasis Website

##### 1. Analisis Kebutuhan Sistem

Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan tempat fotocopy dalam mengakses dan mengelola data pemesanan dan informasi produk.

##### 2. Perancangan Sistem

Sistem berbasis web yang dibangun dengan sebagai dan HTML/CSS/JavaScript untuk frontend. Serta server hosting untuk menyimpan dan mengelola data pemesanan dan informasi produk.

##### 3. Pengembangan Sistem

Menggunakan dan teknologi web lainnya untuk mengembangkan sistem yang terintegrasi dengan baik.

##### 4. Implementasi

- a) Membuat halaman web yang mudah diakses oleh pelanggan untuk melakukan pemesanan dan memperoleh informasi produk
- b) Mengintegrasikan sistem pemesanan dengan fotocopy untuk memudahkan pengelolaan data pemesanan.
- c) Melakukan testing dan debugging sistem untuk memastikan bahwa sistem berjalan dengan lancar dan stabil

##### 5. Pelatihan

Memberikan pelatihan kepada *Owner* untuk membantu pelanggan dalam penggunaan.

### 3.4.2 Perancangan Tampilan Sistem

Perancangan tampilan sistem dilakukan untuk merancang antarmuka yang mempermudah pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Berikut ini akan dibahas rancangan tampilan yang digunakan dalam pembuatan *website* ini.

#### 1. Tampilan Beranda

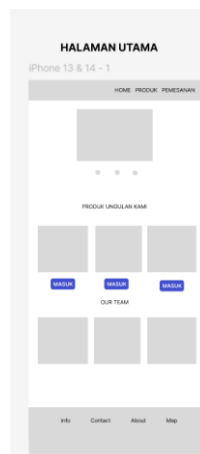
Rancangan tampilan beranda dapat dilihat pada gambar 3.3



Gambar 3.. Beranda

#### 2. Tampilan Halaman Produk Unggulan

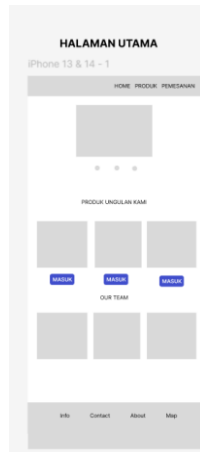
Rancangan tampilan beranda produk unggulan dapat dilihat pada gambar3.4



Gambar 3.4Produk unggulan

### 3. Tampilan Ourteam

Rancangan tampilan beranda ourteam dapat dilihat pada gambar 3.5



Gambar 3.5 Our team

### 4. Tampilan halaman Kategori Produk

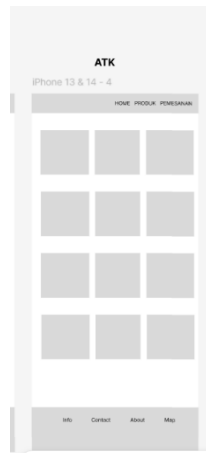
Rancangan tampilan beranda detail produk dapat dilihat pada gambar 3.6



Gambar 3.6 Halaman Produk

## 5. Tampilan halaman detail Produk

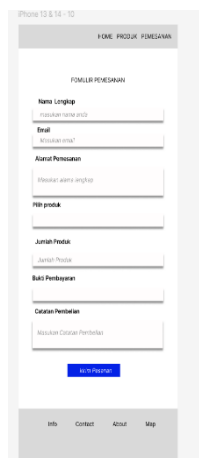
Rancangan tampilan beranda detail produk dapat dilihat pada gambar 3.7



Gambar 3.7 Halaman Detail Produk

## 6. Tampilan Detail Produk

Rancangan tampilan login admin dapat dilihat pada gambar 3.8

A screenshot of a mobile application interface showing a login form. At the top, it says 'iPhone 13 & 14 - 10' and 'HOME', 'PRODUK', 'PEMESANAN'. Below that is a navigation bar with 'HOME', 'PRODUK', and 'PEMESANAN'. The main content area is a form titled 'FORMULIR PEMESANAN'. It contains several input fields: 'Nama Lengkap' (with a placeholder 'Masukkan nama anda'), 'Email' (with a placeholder 'Masukkan email'), 'Alamat Pemesanan' (with a placeholder 'Masukkan alamat pengiriman'), 'Pilih produk' (with a dropdown arrow), 'Jumlah Produk' (with a placeholder 'Masukkan jumlah'), 'Baki Pembayaran' (with a placeholder 'Masukkan baki'), and 'Catatan Pemesanan' (with a placeholder 'Masukkan Catatan Pemesanan'). Below the form is a blue button labeled 'Beli Sekarang'. At the bottom is a navigation bar with 'Info', 'Contact', 'About', and 'Map'.

Gambar 3.8 pemesanan

### 3.4.3 Optimalisasi Penggunaan website sebagai Alat Pemasaran Digital

1. Strategi Konten  
Pembuatan desain grafis yang menarik untuk menampilkan produk
2. Interaksi dengan pelanggan  
Membalas cepat pesanan dari pelanggan secara cepat dan ramah