BAB III
PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Permasalahan Yang dihadapi Perusahaan

3.1.1 Temuan Masalah

Setelah penulis melakukan Kerja Praktek selama 30 hari terhitung tanggal 26 Agustus- 27 September 2019 , penulis menemukan masalah yang cukup kompleks dan sering kali terjadi. Dimana strategi dalam peningkitan marketing jasa ekspedisi tidak dimaanfaatkan secara baik.saat promosi jasa tidak mengunakan digital marketing sehingga promosi kurang baik hanya mengunakan promosi konvensional.

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan jenis temuan yang ada pada latar belakang diatas, maka masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi meningkatkan penjualan CV.Tirta Purba Lestari?

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Masalah	Solusi
Belum adanya promosi pemesanan jasa pada perusahaan tersebut.	Pembuatan blog pada perusahaan tersebut.
Pelanggan tetap saja yang memesan.	Peningkatan pendapatan pelanggan pada pembuatan blog.

Tabel 3.1 kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan dari hasil perumusan yang didapat bahwa dikatakan perusahaan belum bisa dapat mengelolah produk dengan efektif dan didapatkan pada hasil akhir seperti pengeboran air bawah tanah dan tata lingkungan, drenase, perumahan, dan pemukiman, perpipaan, elektrikal dan mekanikal. masih belum berjalan dengan baik proses pemasarannya padahal masih punya nilai jual dan banyak masih yang membutuhkan. Karena kita harus dimana disitu ada peluang kita tidak boleh membuang nya sia-sia tetapi perusaan ini kurang menyadari penting nya hasil akhir produk seperti ini , seharus ny peluang tersebut ini bisa dijadikan omset mereka dan meningkat kan penghasilan mereka. Dan bukan hanya itu saja perusaahan ini hanya terlalu focus akan konsumen tetap mereka saja harusnya mereka tahu akan peran penting konsumen semakin banyak konsumen yang menjadi pelaangan setia semakin baik , maka dari itu harusnya mereka terus mencari dan menambahkan daftar pelanggan tetap mereka baik dalam negeri maupun luar negeri dengan membawa nama baik Perusahaan.

3.2 Landasan Teori

3.2.1 Sistem

Sekelompok unsur yang erat hubungan nya satu dengan yang lainnya, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan.(Tata Sutabri, 2011)

3.2.2 Informasi

Informasi adalah data yang telah di olah dan di organisasi melalui suatu proses dan dengan maksud tertentu. Data yang sudah ada dikemas dan diolah sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah informasi yang berguna.

3.2.3 Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan

kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan- laporan yang diperlukan.(Tata Sutabri, 2012).

3.2.4 Internet

Menurut (Alexander, 2011), internet atau yang merupakan kependekan dari Inter-connected Network merupakan sebuah jaringan komputer yang menghubungkan antar komputer secara global.Dijelaskna pula bahwa internet juga dapat disebut sebagai jaringan alam, yaitu suatu jaringan yang sangat luas.Internet dapat bekerja sama dengan jaringan komputer pada umumnya, seperti jaringan komputer lokal maupun jaringan komputer area luas. Internet menggunakan sebuah protokol komunikasi yang sama yaitu TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol).

3.2.5 Digital Marketing

segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet. Pemasaran dalam internet **marketing** bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan.

3.2.5 Blog

merupakan singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang berbentuk tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web. Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urutan terbalik (isi terbaru dahulu sebelum diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian.

3.2.6 Activity Diagram

Diagram aktivitas adalah teknik untuk mendeskripsikan logika prosedural, proses bisnis dan aliran kerja dalam banyak kasus. Diagram aktivitas mempunyai peran seperti halnya flowchart, akan

tetapi perbedaannya dengan flowchart adalah diagram aktivitas bisa mendukung perilaku paralel sedangkan flowchart tidak bisa. Sebuah activity diagram memiliki :

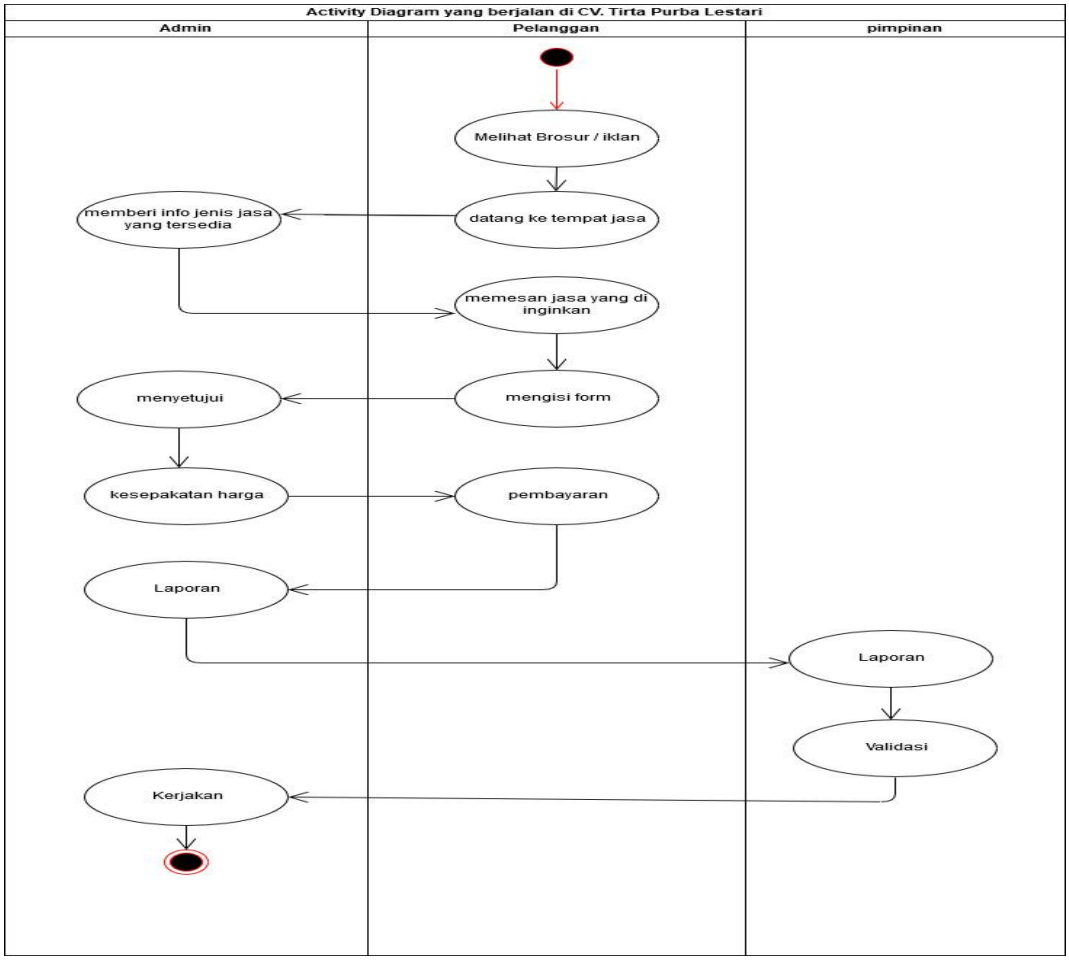
Keterangan	Simbol	Deskripsi
Status awal		Status awal aktivitas sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status awal.
Aktivitas	aktivitas	Aktivitas yang dilakukan sistem, aktivitas biasanya diawali dengan kata kerja.
Percabangan		Asosiasi percabangan dimana jika ada pilihan aktivitas lebih dari satu.
Penggabungan		Asosiasi penggabungan dimana lebih dari satu aktivitas digabungkan menjadi satu.
Swimlane	Name Activities	Memisahkan organisasi bisnis yang bertanggung jawab terhadap aktivitas yang terjadi.
Status akhir		Status akhir yang dilakukan sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status akhir.
Generalisasi		Hubungan generalisasi dan spesialisasi (umum-khusus) antara dua buah *use case* dimana fungsi yang satu adalah fungsi yang lebih umum dari lainnya.

Tabel 3.2 Simbol Diagram Activity

3.3 Rancangan Program Yang Akan Dilakukan

perusahaan akan dibuat kreatif dan inovatif dalam mempromosikan jasa mereka dengan membuatnya Digital Marketing karena dengan ini proses pemasaran lebih baik dan mudah. Untuk itu kami pun sudah membuat blog sendiri khusus pemasaran di tempat kami yaitu https://cvtirtapurbalestari.blogspot.com/.

Narasi

Pelanggan ingin memesan jasa pengeboran air lewat iklan atau brosur perusahaan , terbatasnya pelanggan yang hanya dapat melihat brosur atau iklan pada perusahaan ini , jika kita membuat Sistem Digital Marketing akan menambah peluang perusahaan untuk dapat menarik pelanggan. Dengan adanya Digital Marketing yang di buat (blog) Pelanggan dapat melihat situs blog yang telah di buat melalui internet dan memperluas promosi pemasangan jasa pengeboran air.

3.3.1 Program Document Usecase (sistem yang berjalan di CV. Tirta Purba Lestari.