

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi bukan lagi menjadi hal yang sulit untuk dilakukan. Komunikasi adalah *the transmission of a message from a sender to a receiver via a medium of transmission*, yang artinya komunikasi adalah transmisi sebuah pesan dari pengirim ke penerima melalui *medium transmisi*. Salah satu bentuk komunikasi antara penjual dengan pembeli adalah pemasaran. Melalui pemasaran tersebut penjual menyampaikan pesan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dijualnya, dan mengajak konsumen sebagai penerima pesan untuk membelinya. Hal ini memungkinkan bagi dunia usaha untuk melakukan proses bisnis melalui internet seperti dengan memasarkan barang dan jasa yang dimiliki secara *online* melalui internet atau yang dikenal dengan istilah *e-marketing (electronic marketing)* (Johar, Kumadji and Mawardi, 2015).

Pemasaran barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan melalui *e-marketing* sekarang ini sudah banyak diterapkan oleh banyak perusahaan. Hal ini dikarenakan banyaknya keuntungan serta manfaat yang didapat oleh perusahaan dibandingkan dengan penerapan metode pemasaran secara tradisional. Keuntungan tersebut diantaranya adalah kemudahan akses informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, kemudahan penyebaran informasi produk maupun luasnya jangkauan daerah pemasaran. Pemanfaatan sistem *e-marketing* memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, demikian juga sebaliknya informasi dapat dengan mudah diterima dari perusahaan yang menyampaikan sehingga hal tersebut dikenal dengan strategi *e-marketing* yang dapat diterapkan oleh setiap perusahaan (Rudy, 2015).

Sisi *Aquatic* merupakan salah satu tempat penjualan ikan hias, perlengkapan aquarium dan jasa pembuatan *aquascape* dan paludarium di wilayah Bandar Lampung. Sisi *Aquatic* beralamatkan di Jalan Sukardi Hamdani Palapa 5 Bandar Lampung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik Sisi *Aquatic* dan observasi yang dilakukan penulis, dalam melakukan pemasaran Sisi *Aquatic* belum memiliki strategi dikarenakan pemasaran masih terdapat kendala pada hal penjualan dan pemasaran produk, biasanya Sisi *Aquatic* mempromosikan dan menjual produk mereka melalui situs-situs sosial seperti *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram*. Metode promosi tersebut cukup efektif dalam lingkup sosial produsen tetapi kurang

lengkapya informasi yang diberikan mengenai produk yang dijual. Serta kurang lengkapnya informasi barang yang dijual mengakibatkan pelanggan beralih ke toko lain dikarenakan banyaknya pesaing toko yang telah melakukan pemasaran melalui *web* dengan demikian Sisi *Aquatic* mengalami penurunan dan dipengaruhi dengan masa pandemic *Covid-19* Sisi *Aquatic* juga memperoleh dampak berupa menurunnya jumlah pelanggan atau laba Sisi *Aquatic* sekitar 20%.

Begitupun pada proses pengolahan data penjualan dilakukan secara manual yaitu masih dilakukan dengan ditulis menggunakan nota pemesanan dan dicatat kedalam buku, sehingga pembuatan laporan memerlukan waktu yang tidak sedikit dikarenakan harus melihat data berdasarkan buku, pelanggan harus datang langsung atau menghubungi via telepon untuk meminta informasi atau melakukan pembelian dikarenakan informasi tidak lengkap mengenai jasa atau penjualan pada Sisi *Aquatic*. Serta masalah pada toko *e-commerce online* terkadang ketidak terkinian informasi produk yang dijual, jika pelanggan ingin melakukan *complain* karena barang yang dibeli dan diterima oleh pelanggan tidak sesuai yang diinginkan dan atau rusak hanya melalui toko *e-commerce online* tanpa langsung ke toko penjual sehingga banyak tahapan yang harus dilewati seperti masuk ke menu barang dikirim, memilih produk yang dibeli, melakukan pemilihan alasan dan *upload* foto produk, menulis keterangan, melakukan pemilihan solusi baru dapat melakukan proses *complain*. Tidak sampai proses itu saja pelanggan harus menunggu *verifikasi* apakah barang dapat diajukan pengembalian atau ditolak sehingga membutuhkan waktu untuk melakukan *complain* pengembalian barang.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah disampaikan maka akan dibuat penelitian dengan judul **“PROMOSI SISI AQUATIC BERBASIS MOBILE DENGAN METODE AIDA (STUDI KASUS: TOKO SISI AQUATIC)”** yang dapat memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi seputar penjualan ikan sisi *aquatic*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka disimpulkan terdapat beberapa masalah dalam penelitian yaitu :

1. Proses pengolahan data penjualan dilakukan secara administrasi yang masih dilakukan dengan ditulis menggunakan nota pemesanan dan dicatat kedalam buku.
2. Pencatatan laporan memerlukan waktu yang tidak sedikit dikarenakan harus melihat data berdasarkan buku.

3. Pelanggan harus datang langsung atau menghubungi via telepon untuk meminta informasi atau melakukan pembelian dikarenakan informasi tidak lengkap mengenai jasa atau penjualan pada Sisi *Aquatic*.
4. Kurang lengkapnya informasi.
5. Pelanggan harus menunggu *verifikasi* apakah barang dapat diajukan pengembalian atau ditolak sehingga membutuhkan waktu untuk melakukan *complain* pengembalian barang.

1.3 Batasan Masalah

Setiap penelitian yang sifatnya ilmiah sudah tentu memiliki batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Perangkat lunak yang dibangun hanya pada pemasaran mengenai informasi dan seputar transaksi penjualan pada Sisi *Aquatic*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana memudahkan masyarakat mendapatkan informasi seputar produk, sehingga pemesanan pada produk ini dapat berjalan dengan baik?.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Mempermudah dan proses pemasaran pada Sisi *Aquatic*.
2. Mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi seputar Sisi *Aquatic*.
3. Mempermudah proses *complain* yang dilakukan pada Sisi *Aquatic*.
4. Mempermudah pembukuan penjualan secara otomatis.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan tercantum antara lain latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi alat dan bahan, metode pengumpulan data, prosedur penelitian, pengukuran variabel dan metode analisis (metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dipakai dan metode analisis data).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan hasil, implementasi, analisis dan pembahasan penelitian. Hasil dan implementasi dapat berupa gambar alat/program dan aplikasinya. Untuk penelitian lapangan hasil dapat berupa data (*kualitatif* maupun *kuantitatif*). Analisis dan pembahasan berupa hasil pengolahan data.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan simpulan dan saran dari hasil pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN