

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Perkembangan terhadap informasi yang semakin pesat mendorong setiap individu ataupun kelompok harus dapat mengikutinya supaya tidak tertinggal dalam arus perkembangan zaman. Saat ini peralatan yang digunakan untuk membantu kegiatan manusia telah menggunakan teknologi maju dan hampir seluruh kegiatan-kegiatan yang dilakukan akan berkaitan dengan teknologi. Manfaat yang bisa dirasakan dari perkembangan teknologi yaitu pengolahan data yang bisa dilakukan secara tepat, cepat, dan akurat, untuk dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat dalam pengambilan suatu keputusan. Salah satu teknologi pengolahan data yang semakin berkembang saat ini adalah sistem kearsipan elektronik.

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi dari penjual dan pembeli yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan membeli produk yang ditawarkan.

Di era digital saat ini, bisnis harus memikirkan kembali sistem dan proses lama serta menerapkan teknologi baru agar tetap kompetitif dan berkembang. Persaingan global yang semakin meningkat menuntut para pelaku ekonomi untuk memanfaatkan teknologi yang ada untuk lebih meningkatkan inovasi produk guna menjawab tantangan global ini. Perusahaan yang berhasil di era digital adalah perusahaan yang mampu dengan cepat beradaptasi dan merespon perubahan pasar dan teknologi untuk meningkatkan kualitas usahanya dan memperluas jangkauan pasarnya.

Media sosial saat ini mengalami perkembangan yang signifikan di kalangan masyarakat. Masyarakat banyak menggunakan media sosial sebagai salah satu media yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan orang lain yang memiliki jarak yang jauh. media sosial yang sedang banyak digunakan masyarakat untuk berinteraksi tersebut seperti, *facebook, Instagram, Whatsaap, Twitter* dan banyak media sosial lainnya. Media sosial tidak hanya digunakan masyarakat untuk melakukan interaksi jarak jauh namun juga digunakan untuk memperoleh berbagai informasi seperti Baja Ringan dari daerah-daerah tertentu. Hanya dengan berselancar di dunia internet melalui media sosial kita dapat mengetahui jenis-jenis plafon yang ada di toko tanpa harus datang ke toko tersebut.



**Gambar 1.1 Logo PT Kencana Maju Bersama**

PT Kencana Maju Bersama merupakan perusahaan distributor produk-produk bahan bangunan, terutama baja ringan beserta komponen pendukungnya. Didirikan pada tahun 2019, perseroan ini mendistribusikan produk dengan merek KENCANA yang diproduksi oleh PT Kepuh Kencana Arum, ke kota-kota di seluruh Indonesia melalui 45 kantor cabang. Pasokan yang kontinu ini menciptakan distribusi yang merata dipasar, sehingga memudahkan masyarakat untuk memperoleh produk KENCANA.

Setelah melakukan Wawancara dengan Karyawan PT Kencana Maju Bersama menemukan bahwa keterbatasan dalam mengelola sosial media,

sehingga menjadi kendala utama dalam menjalankan promosi yang efektif. “Tujuan promosi adalah menginformasikan (*informing*) mengenai keberadaan produk, membujuk pelanggan sasaran (*persuading*), untuk mendorong pembeli belanja pada saat itu juga, dan mengingatkan (*reminding*), para pelanggan pada manfaat yang telah diperoleh setelah menggunakan produk tersebut dan tertarik untuk membelinya kembali” (Tjiptono, 2022). Maka, dampak dari kurangnya promosi ini tidak hanya menyebabkan tingkat interaksi yang lebih rendah, namun menurunkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk PT Kencana Maju Bersama secara keseluruhan. Hal ini menyebabkan ketidak stabilan penjualan dan perusahaan tidak dapat mencapai tujuan target yang telah ditetapkan. Berikut table penjualan PT Kencana Maju Bersama.

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan PT Kencana Maju Bersama.**

Tahun	Bulan	Pendapatan
2023	Juli	347.000.000
	Agustus	412.765.000
	September	622.712.000
	Oktober	844.987.200
	November	788.312.453
	Desember	765.990.433
2024	Januari	833.110.200
	Februari	785.400.000
	Maret	698.532.221
	April	630.215.700

Adapun kendala dalam membuat detail informasi seperti harga karena tidak tercantum di postingan Instagram, sehingga pelanggan merasa kesulitan untuk mendapatkan informasi detail tanpa harus menghubungi atau bertanya langsung dengan pihak karyawan PT Kencana Maju Bersama

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis tertarik memilih judul **“Perancangan Berbasis Website untuk meningkatkan Promosi Penjualan Pada PT Kencana Maju Bersama”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu **“Bagaimana Merancang Berbasis *Website* untuk meningkatkan Promosi Penjualan Pada PT Kencana Maju Bersama?”**.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk mempermudah penulisan supaya tidak terjadinya penyimpangan, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah. Ruang lingkup yang akan dibahas penulis yaitu hanya pada Perancangan Berbasis *website* untuk meningkatkan promosi penjualan Pada PT Kencana Maju Bersama.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah merancang sebuah promosi penjualan berbasis *website* untuk PT Kencana Maju Bersama. *Website* ini akan menyediakan informasi tentang berbagai jenis Baja Ringan, motif Baja Ringan, harga, dan promo yang ditawarkan oleh PT Kencana Maju Bersama dengan tujuan memberikan kemudahan bagi konsumen dan calon konsumen dalam mendapatkan informasi terkait produk yang disediakan.

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Bertambah ilmu pengetahuan pada mata kuliah Perancangan Web, khususnya pada pengembangan penjualan secara online dalam hal ini menggunakan *website*.

2. Bagi Perusahaan

Adanya rancangan untuk mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melakukan promosi produknya sehingga memperluas jangkauan pasar.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadi bahan bacaan atau referensi yang memberikan manfaat bagi pembaca yang berkaitan dengan bidang ilmu penelitian dan *design website*.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Kencana Maju Bersama yang beralamat di Jalan Pengeran Ayi No. 67 Talang Buluh, Kecamatan Talang Kelapa, Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan Kode Pos 30961.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperoleh dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus di olah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sujarweni, 2018) Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data primer dari PT Kencana Maju

Bersama melalui wawancara langsung dengan staff karyawan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data (Sujarweni, 2018) Penulis memperoleh data dari berbagai sumber internet, buku, jurnal-jurnal, data penjualan perusahaan serta sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan lain-lain.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

#### 1. Riset Lapangan

##### a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat diambil kesimpulan atau makna dalam topik tertentu (Esterberg, 2015). Dalam laporan akhir ini penulis mengumpulkan data dengan bertanya langsung dengan staff karyawan di PT Kencana Maju Bersama untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

##### b. Dokumentasi

Pada kegiatan ini, penulis mendokumentasikan tentang struktur organisasi, produk penjualan pada PT Kencana Maju.

## 2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu teknik mengumpulkan data yang didapat dari buku-buku, jurnal-jurnal, catatan-catatan, dan laporan akhir yang berhubungan dengan judul yang diambil. Dalam penelitian ini penulis membaca buku-buku khususnya yang berhubungan dengan perancangan promosi penjualan berbasis *website*.

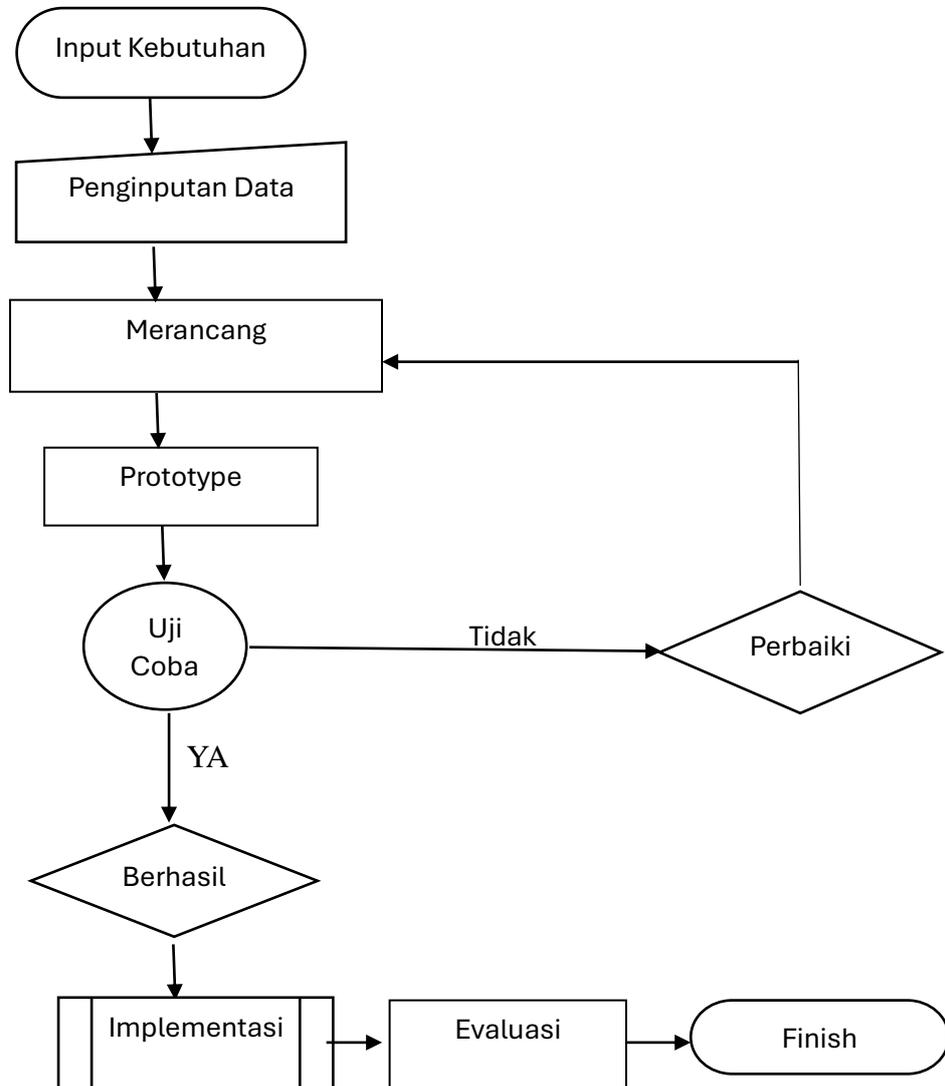
### 1.5.4 Analisis Data

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam penelitian laporan akhir ini. data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar, dan foto.

Adapun metode yang digunakan penulis untuk menganalisis data adalah data yang diperoleh dari PT Kencana Maju baik data yang didapatkan melalui wawancara yang selanjutnya data tersebut diinput dalam perancangan sistem kearsipan menggunakan *website*.

### a. Alur Perancangan Promosi Penjualan Berbasis Website

Berikut ini adalah alur rancangan yang akan digunakan penulis dalam merancang promosi penjualan berbasis *website*.



**Gambar 1.1 Alur Perancangan Promosi Penjualan**