

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang**

Minyak goreng merupakan kebutuhan pokok masyarakat dan termasuk kedalam Sembilan Bahan Pokok yang harus dipenuhi oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan dapat diartikan sebagai sesuatu yang tidak dapat ditunda untuk keberlangsungan hidup seseorang. Peranan minyak goreng bagi masyarakat adalah sebagai media penghantar panas untuk makanan agar cepat matang. Manfaat minyak goreng adalah untuk keperluan rumah tangga sehari-hari seperti menggoreng dan menumis makanan.

Seiring dengan perkembangan jaman pola pikir masyarakat berubah dari sebelumnya banyak masyarakat yang menggunakan minyak goreng curah untuk keperluan memasaknya sekarang telah beralih menggunakan minyak goreng kemasan. Masyarakat memiliki alasan tersendiri terhadap minyak goreng kemasan yaitu lebih bersih dan praktis dibandingkan dengan minyak curah (*Sumber: [www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com)*). Oleh karena itu perlahan minyak curah mulai ditinggalkan oleh konsumennya sehingga ini merupakan peluang bagi perusahaan penghasil minyak goreng untuk dapat memenuhi keinginan-keinginan dan kebutuhan masyarakat akan minyak goreng yang belum terpenuhi.

Berbeda dengan minyak goreng curah, minyak goreng kemasan terjamin kualitas, keamanan, kesehatan, dan higienisnya serta menjadi standar kebutuhan hidup masyarakat sedangkan minyak goreng curah tidak jelas asal-usulnya.

Melihat kondisi masyarakat seperti itu perusahaan-perusahaan penghasil minyak goreng mulai berlomba-lomba untuk mengeluarkan produk minyak goreng dalam bentuk kemasan dan berbagai jenis ukuran kemasan untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan mereka serta melakukan aktivitas pemasaran dengan menargetkan penjualan yang dapat meningkatkan *kurs* perusahaan.

PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology atau yang biasa dikenal dengan sebutan SMART merupakan perusahaan penghasil minyak goreng kelapa sawit terbesar di Indonesia. Produk dari smart yaitu meliputi minyak goreng, margarin, dan *Shortening*. Dari semua produk tersebut terlihat bahwa perusahaan bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan memasak.

Produk minyak goreng kemasan dari Smart adalah Filma, Kunci Mas, Mitra, dan Bissoil. Saat ini merek-merek tersebut diakui kualitasnya dan memiliki pangsa pasar yang signifikan disegmen mereka masing-masing di Indonesia. *Range* posisi Minyak Goreng Filma di tempatkan pada posisi '*high*', sedangkan Minyak Goreng Kunci Mas dan Mitra di tempatkan pada posisi '*medium*', dan Minyak Goreng Bissoil ditempatkan pada posisi '*economy*'.

Berdasarkan pertimbangan dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran adalah kunci utama dalam meningkatkan *kurs* perusahaan, maka penulis memilih judul "**Sistem Informasi Pemasaran Minyak Makan Pada PT Smart, Tbk. Berbasis Online**".

## **I.2. Ruang lingkup Permasalahan**

Adapun beberapa tahap yang dilakukan dalam membuat ruang lingkup permasalahan adalah :

### **I.2.1. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Pemasaran minyak goreng pada PT, Smart, Tbk masih membutuhkan waktu yang cukup lama.
2. Tidak adanya sistem keamanan pada sistem pemasaran yang telah ada.
3. Rendahnya informasi mengenai tingkat bauran pemasaran 4P(*Product, Price, Place, dan Promotion*) produk Minyak Goreng pada tingkat kebutuhan masyarakat .
4. Tidak diketahui tingkat keputusan pembelian konsumen produk Minyak Goreng .
5. Tidak adanya penyimpanan dengan *database* pada sistem yang ada.
6. Pemasaran yang ada hanya mencakup informasi Produk secara umum saja.

### **I.2.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi masalah yang ada pada PT. Smart, Tbk maka penulis mencoba merumuskan masalah dari identifikasi masalah yang ada tersebut.

Adapun perumusan masalah pada penulisan tugas akhir ini adalah::

1. Bagaimana menganalisa dengan akurat terhadap pemasaran minyak goreng pada PT, Smart, Tbk?

2. Bagaimana merancang system keamanan pada sistem pemasaran ?
3. Bagaimana meningkatkan penyampaian informasi mengenai tingkat bauran pemasaran 4P(*Product, Price, Place, dan Promotion*) produk Minyak Goreng pada tingkat kebutuhan masyarakat ?
4. Bagaimana merancang sistem yang dapat mempermudah mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen produk Minyak Goreng ?
5. Bagaimana merancang penyimpanan dengan *database* pada sistem ?
6. Bagaimana merancang system pemasaran yang tidak hanya mencakup informasi Produk secara umum saja ?

### **I.2.3. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis banyak menemukan masalah yang harus diselesaikan, maka penulis mengambil sebuah batasan dari permasalahan – permasalahan yang ada. Adapun batas masalahnya yaitu:

1. Data yang di input adalah : Data pengguna, Data Administrator, Data Perusahaan, Data Minyak Goreng, Data Penjualan, Data Harga Penjualan.
2. Data Output adalah : Laporan Data Pengguna, Laporan Data Minyak Goreng, Laporan Data Penjualan, Laporan Data Kebutuhan Masyarakat terhadap pemasaran.
3. Bahasa pemrograman yang akan diterapkan di perusahaan adalah *PHP*.
4. Penggunaan Database untuk menyimpan data hasil dari inputan yaitu menggunakan *Mysql*.

### **I.3. Tujuan Dan Manfaat**

#### **I.3.1. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan Penelitian pada PT. Smart, Tbk adalah sebagai berikut :

1. Untuk meneliti data secara akurat terhadap pemasaran minyak goreng pada PT. Smart, Tbk.
2. Untuk merancang system keamanan pada system pemasaran minyak goreng.
3. Untuk mempermudah penyampaian informasi mengenai tingkat bauran pemasaran 4P(*Product, Price, Place, danPromotion*) produk Minyak Goreng pada tingkat kebutuhan masyarakat.
4. Untuk membuat sebuah sistem yang dapat mempermudah mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen produk Minyak Goreng.
5. Untuk merancang system pemasaran yang tidak hanya mencakup informasi Produk secara umum saja.

#### **I.3.2. Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat Penelitian pada PT. Smart, Tbk adalah sebagai berikut :

1. Analisa data dengan akurat terhadap pemasaran minyak goreng pada PT. Smart, Tbk dapat memperbaiki kekurangan pada sistem yang telah ada.
2. Sistem keamanan pada system pemasaran dapat memberikan kenyamanan pada pengguna dalam mengakses informasi.
3. Penyampaian informasi mengenai tingkat bauran pemasaran 4P(*Product, Price, Place, danPromotion*) produk Minyak Goreng pada tingkat kebutuhan masyarakat akan meningkatkan kinerja pemasaran pada PT. Smart, Tbk.

4. Sistem yang dapat mempermudah untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen produk Minyak Goreng akan meningkatkan pemasaran perusahaan.
5. Penyimpanan dengan *database* pada system akan membuat perusahaan mempunyai *backup* data yang telah ada.
6. Sistem pemasaran yang tidak hanya mencakup informasi Produk secara umum saja akan lebih meningkatkan kebutuhan masyarakat dalam mengetahui informasi *detail* pemasaran minyak goreng.

#### **I.4. Metodologi Penelitian**

##### 1. Metode Lapangan (*Field Research*)

Untuk mengumpulkan keterangan yang dibutuhkan, maka penulis memakai teknik sebagai berikut :

##### a. Pengamatan (*Observation*)

Dalam metode pengamatan ini penulis diberi kesempatan untuk melakukan pengamatan secara langsung pada bagian administrasi pemasaran yang mengurus segala kegiatan yang berhubungan dengan transaksi pemasaran minyak goreng.

##### b. Sampel

Penulis meneliti dan mengambil beberapa contoh dokumen yang tersedia dan ada kaitannya dengan sistem pemasaran minyak goreng pada PT. Smart, Tbk.

c. Wawancara (*Interview*)

Pengumpulan data atau informasi pada metode ini dapat dilakukan dengan wawancara atau mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung bagian personalia pada PT. Smart, Tbk

Adapun hasil wawancara yang dilakukan penulis pada PT. Smart, Tbk adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur pemasaran minyak goreng pada PT. Smart, Tbk ?
2. Bagaimana tingkat kebutuhan masyarakat pada pemasaran minyak goreng?

2. Metode Pustaka (*library research*)

Suatu cara kepustakaan untuk mengumpulkan data berdasarkan buku-buku, majalah, artikel, mengenai data pemasaran, dalam hal ini penulis memperoleh data secara teoritis yang akan menguatkan dan berbagai acuan penulis dalam menyelesaikan laporan ini.

### **I.5 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian untuk penulisan tugas akhir ini dilakukan pada PT. Smart, Tbk yang berlokasi di Jl. Balmera baru, Belawan.

### **I.6. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan yang diajukan dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang membahas pemecahan masalah secara teoritis yaitu teori-teori yang berkaitan dengan penyelesaian permasalahan yang menjelaskan tentang kesimpulan yang diambil dari kumpulan teori.

**BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menguraikan tentang analisa sistem yang akan dibangun dan rancangan sistem yang akan dibangun, dan termasuk pembahasan terhadap sistem lama dan baru, kelebihan dan kekurangannya.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang tampilan hasil sistem yang dirancang, pembahasan, serta kelebihan dan kekurangan sistem yang dirancang.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisikan berbagai kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan uraian yang telah disimpulkan, serta saran kepada perusahaan.