

BAB I

PENDAHULUAN

I.1.Latar Belakang

Tupper Plastic Company, perusahaan yang memegang lisensi pembuatan produk yang dinamakan Tupperware ini, kini sudah setengah abad usianya. Dari kantor pusatnya yang terletak di Orlando, Florida (AS), Tupperware telah dipasarkan di hamper 100 negara di seluruh dunia.

Tak terkecuali di Indonesia, dimana Tupperware mulai dimasyarakatkan sekitar 1978. Kalau produk ini begitu populer di Negara asalnya, maka di Indonesia kondisinya cukup memprihatinkan, karena di Indonesia belum memiliki kantor perwakilan dan distribusi resmi.

Sebagai sebuah peluang bisnis yang menjanjikan, saat ini Tupperware Indonesia yang diwakili PT. Imawi Benjaya, telah mempunyai lebih dari 88 distributor resmi yang tersebar di beberapa kota di Inonesia.

Sampai saat ini, Tupperware Indonesia memiliki lebih dari 200 item yang terbagi dalam kategori berikut; *food storage containers, tuppertoys, entertainment products, microwave products* dan lain-lain.

Amalia Shop yang berlokasi di Jl. Sisingamangaraja Km 7 No 12-ab Medan ,merupakan salah satu distributor resmi Tupperware untuk wilayah Medan dan sekitarnya yang memiliki cara pemasaran seperti : mendatangi langsung para konsumennya ke lokasi tempat tinggal atau tempat bekerja para pelanggan untuk menawarkan produk-produk terbaru dari Tupperware dengan menunjukkan

katalog, serta mengajak para pelanggan untuk menjadi member Tupperware agar dapat memasarkan produk Tupperware ke lebih banyak orang lagi, tapi cara pemasaran seperti ini tidak mampu menjangkau semua lokasi pasar yang ada di daerah medan dan sekitarnya seperti : Belawan, Bagan, Marelan, dan daerah-daerah lainnya. Sehingga sulit bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk-produk terbaru dari Tupperware serta informasi-informasi diskon yang sedang ada. Maka untuk itulah Amalia shop harus memiliki sistem pemasaran yang mampu menjangkau seluruh wilayah medan dan sekitarnya.

Dengan segala kelebihan yang dimiliki teknologi internet sebagai media pengolah informasi dan penyaji informasi, dan pengetahuan yang penulis miliki selama mengikuti perkuliahan di STMIK Potensi Utama, serta keinginan penulis untuk menyumbangkan pengetahuan penulis kepada perusahaan Amalia Shop tempat dimana penulis mengadakan riset, maka penulis memilih untuk mengangkat judul “ **Sistem Informasi Pemasaran Tupperware pada Amalia Shop**”.

I.2. Ruang Lingkup Permasalahan

Agar penulisan ini terarah, permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas dan sesuai dengan tujuan penelitian maka ditetapkan batasan-batasan terhadap masalah-masalah yang ada. Hal ini dimaksudkan agar pemecahan masalah tidak terlalu menyimpang. Adapaun batasan yang dimaksudkan adalah mempelajari sistem pemasaran dengan melihat kelemahan-kelemahan dan bagaimana mengatasinya.

I.2.1. Identifikasi Masalah

Adapun ruang lingkup permasalahan dari sistem yang berjalan pada Amalia Shop yaitu :

1. Informasi produk-produk Tupperware yang terbaru yang akan dipasarkan dengan mendatangi langsung para konsumen dengan membawa katalog Tupperware terbaru kurang efisien karena informasi tidak dapat diketahui orang-orang yang tinggal jauh dari Amalia shop karena hanya mengandalkan katalog saja.
2. Tingginya pengeluaran kas Amalia shop dalam hal penggajian marketing yang memasarkan produk-produk Tupperware.
3. Pelanggan kurang mengenal dan kurang puas dengan penjual yang hanya dengan mengandalkan katalog. Karena katalog akan langsung dibawa oleh member begitu terjadi pemesanan, sehingga apabila pelanggan ingin menambah pesanan member harus kembali mendatangi pelanggan dan membawa katalog lagi.

I.2.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari identifikasi masalah yang ada pada Amalia Shop yaitu :

1. Bagaimana agar Amalia shop dapat memperkenalkan dan memasarkan produk-produk tupperware dengan cepat melalui media layanan website.
2. Bagaimana agar pelanggan dapat melihat produk-produk tupperware terbaru dan paket-paket tupperware kapan pun dan dimana pun.

3. Bagaimana agar data pesanan pelanggan dapat dicatat dan tersimpan sehingga semua dapat terlayani dengan baik.
4. Bagaimana cara untuk membuat laporan dengan mudah dan cepat.

I.2.3. Batasan Masalah

Adapun ruang lingkup dan batasan masalah yang penulis berikan dalam pembuatan tugas akhir ini adalah :

1. Penelitian berfokus kepada pemesanan produk-produk tupperware oleh pelanggan secara online. Tetapi tidak tertutup kemungkinan bagi setiap pelanggan yang akan melihat langsung produk-produk tupperware yang sudah dipesan ke Amalia shop.
2. Input yang akan diolah adalah form pemesanan pelanggan dan tampilan pengolahan data tupperware.
3. Output yang akan dihasilkan adalah daftar harga dan jenis produk-produk tupperware, produk- produk terbaru dari tupperware.
4. Bahasa pemograman yang digunakan oleh penulis adalah *Preprocessing Hypertext* (PHP).
5. Untuk penyimpanan data pemesanan dan harga , penulis menggunakan database MySql.

I.3. Tujuan dan Manfaat

I.3.1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penyusunan tugas akhir ini, adalah sebagai berikut :

- a. Membangun dan membuat website pada Amalia shop untuk mengatasi masalah pemasaran dan pemesanan produk-produk tupperware.
- b. Melengkapi sistem informasi penjualan barang yang telah ada, sehingga lebih akurat dan dapat memberikan efisiensi dan efektifitas kerja yang lebih baik dengan penggunaan sistem yang baru.
- c. Memecahkan masalah – masalah dalam transaksi penjualan. Agar proses penjualan menjadi lancar sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dengan cepat.
- d. Agar laporan penjualan yang dihasilkan lebih akurat sehingga dapat membantu pihak manajemen dalam membuat strategi penjualan di masa yang akan datang.

I.3.2. Manfaat

Beberapa manfaat yang penulis harapkan dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan informasi dan pertimbangan bagi manajemen Amalia shop untuk lebih mengembangkan pemasaran produk agar dapat meningkatkan jumlah penjualan.
- b. Diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan bagi Amalia shop agar dapat berguna untuk mengembangkan usaha agar lebih maju lagi.

- c. Mempermudah pelanggan untuk melakukan pemesanan tanpa harus datang secara langsung ke Amalia shop atau pemesanan yang hanya mengandalkan katalog saja.
- d. Meningkatkan efektifitas dan efesiensi perusahaan dalam mengelola data pemesanan pelanggan.
- e. Mewujudkan pelayanan prima dalam memberikan kepuasan kepada para pelanggan dengan pemesanan yang cepat melalui website.

I.4 Metodologi Penelitian

Metode merupakan suatu cara atau teknik yang sistematis untuk mengerjakan suatu kasus. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian, yaitu :

1.4.1. Analisis Sistem

Metode merupakan suatu cara atau teknik yang sistematis untuk mengerjakan suatu kasus. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian, yaitu :

1. Wawancara (Inteview)

Penulis menggunakan Tanya jawab secara langsung kepada Ibu Amalia selaku pemilik Amalia Shop yang memiliki pemahaman yang cukup mengenai proses pemasaran yang berlaku pada Amalia shop, prosedur-prosedur yang diberlakukan untuk penjualan segala jenis produk tupperware dan data yang dihasilkan pada saat penjualan produk. Data-

data yang dihasilkan dari wawancara ini diantaranya adalah system pelayanan pelanggan, harga-harga produk tupperware, Jenis-jenis produk tupperware.

2. Pengamatan (Observasi)

Dengan meninjau langsung kelokasi dimana pemasaran ditangani oleh bagian marketing Amalia shop untuk memperoleh prosedur yang valid dan benar-benar berlaku pada took itu serta tidak hanya sebatas teori.

1.5. Kepustakaan

Dengan membaca buku – buku referensi yang berhubungan dengan Sistem Informasi Manajemen dan Penjualan guna mendapat pemahaman mengenai teori–teori yang mendukung penulisan tugas akhir ini.

1.6. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk tugas akhir ini dilakukan pada Amalia shop yang terletak di Jl. Sisingamangaraja Km 7 No 12-ab Medan.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan tugas akhir ini disusun secara sistematis berdasarkan aturan dan kaidah yang berlaku, susunan tersebut yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang pemilihan judul tugas akhir “Sistem Informasi Pemasaran tupperware pada amalia Shop, Ruang Lingkup, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, Lokasi Penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan Konsep Dasar Informasi, Konsep Dasar Sistem Informasi, dan berisikan tentang PHP, MySQL, Halaman Web, Pemasaran, Dan Produk Tupperware

BAB III : ANALISIS MASALAH DAN RANCANGAN PROGRAM

Bab ini membahas analisis terhadap suatu informasi-informasi inventori dalam bentuk website di Amalia Shop. Analisis ini meliputi Pembaharuan Harga, Penambahan Data Produk Tupperware, Konfirmasi Pemesanan dan Laporan Pemesanan serta menjelaskan perancangan system yang nantinya akan digunakan sebagai acuan pembuatan website pemasaran Tupperware berbasis web. Perancangan system akan membahas tentang pendesainan *database*.

BAB IV : HASIL DAN UJI COBA

Bab ini berisikan tentang tampilan hasil yang dirancang, pembahasan uji coba dari sistem yang dirancang, dan kelebihan sistem yang dirancang serta kekurangannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan bagian penutup yang berisi kesimpulan untuk pemakai dari terbentuknya perancangan sistem informasi serta saran untuk pengembangan sistem informasi selanjutnya.