

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perseroan Terbatas (PT), dulu disebut juga *Naamloze Vennootschaap* (NV), adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan. Perseroan Terbatas adalah bentuk yang paling populer dari semua bentuk usaha bisnis. Yang di maksud dengan Perseroan Terbatas menurut Hukum Indonesia adalah suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian antara dua orang atau lebih yang di mana kedua belah pihak mengikatkan diri dengan kata sepakat dan memiliki tujuan tertentu untuk memenuhi suatu prestasi, (sumber: Pahaso, 2015:154) salah satu contohnya adalah PT Supra Kencana Sukses.

PT Supra Kencana Sukses merupakan sebuah PT di kota Batam yang bergerak di bidang otomotif yaitu sepeda motor yang berlokasi di Jalan Bunga Raya Komplek Plaza 91 Square Blok C No.13 A Batam. Mekanisme pemasaran yang terjadi di PT Supra Kencana Sukses adalah konsumen datang ke *showroom*

untuk melihat motor yang akan ingin dipesan seperti motor *cub* (Revo, Blade, Supra X125, Supra Helm In 125 dan Supra GTR 150), *matic* (Beat, Spacy, Scoopy, Vario 110, Vario 125, Vario 150), *sport* (Verza, Megapro, Sonic, CB150R, CBR150R, CRF) dan motor premium (PCX, SH150i, CBR250RR). Di dalam melakukan pemasaran, pihak *dealer* masih menggunakan media sosial, brosur, iklan di koran, serta perbincangan dari orang ke orang. Pemasaran menggunakan media sosial yaitu mempromosikan keunggulan produk serta dana pertama motor dan angsuran motor, dalam menggunakan iklan di koran yaitu menawarkan produk motor ke pelanggan yang berlangganan koran atau membeli koran tersebut dan terakhirnya perbincangan dari orang ke orang yaitu mempromosikan motor ke saudara atau teman lain yang membutuhkan motor, apabila orang yang mempromosikan motor di PT Supra Kencana Sukses akan mendapat uang fee.

Pada PT Supra Kencana Sukses apabila terdapat penambahan motor baru pihak dealer harus mencetak brosur serta memperpanjang kontrak iklan di koran. Ini membutuhkan biaya besar dan waktu yang cukup lama dalam pembuatannya sehingga pemasaran produk baru menjadi terhambat. Masalah utamanya adalah proses pemasaran yang hanya berlokasi di Batam membuat pelanggan yang berada di luar kota Batam misalnya Belakang Padang dan Tanjung Uban merasa kesulitan apabila ingin membeli motor tersebut, mereka kurang mengetahui informasi mengenai produk motor terbaru pada PT Supra Kencana Sukses. Selain itu, PT Supra Kencana Sukses sulit menjangkau untuk memasarkan ke lokasi-lokasi lainnya seperti Tanjung Balai Karimun, Tanjung Pinang, Tanjung Batu,

Durai, Guntung, dan Selat Panjang. Masalah lainnya adalah munculnya marketing baru di didealer lain serta munculnya kompetitor seperti Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan lain-lain, sehingga membuat data penjualan semakin menurun. Dengan adanya web yang akan dibangun maka masyarakat yang ingin membeli motor di wilayah-wilayah tersebut lebih mudah mendapatkan informasi dibandingkan jika pemasaran yang dilakukan secara manual, mengingat bahwa hampir semua kalangan saat ini menggunakan *smartphone* yang dapat mengakses website. Web yang ditampilkan hanya untuk proses pemasaran tidak mencakup penjualan. Dalam proses pemasaran di Batam, pelanggan harus mencari PT Supra Kencana Sukses secara langsung, sehingga membuat pelanggan mengalami kesulitan untuk mencari lokasi PT Supra Kencana Sukses untuk membeli motor tersebut sehingga mereka akan mencari dealer honda di lokasi terdekat dengan kompleks perumahan mereka. Hal ini dapat mengurangi pendapatan PT Supra Kencana Sukses, seperti data pemasaran yang di tampilkan pada gambar dibawah. Dimana berdasarkan data pemasaran pada periode bulan Januari sampai Maret mengalami penurunan.

Tabel 1.1. Data Pemasaran Motor Periode Bulan Januari - Maret

PT SUPRA KENCANA SUKSES
Data Pemasaran Unit Motor
Periode Januari-Maret 2018

No	Nama Motor	Bulan			Total
		Januari	Februari	Maret	
1	Motor Cub	15	10	5	30
2	Motor Matic	30	25	10	65
3	Motor Sport	8	6	1	15
4	Motor Premium	5	3	0	8

Oleh karena itu pemilik dari PT Supra Kencana Sukses diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan dan calon pelanggan salah satunya penyediaan *website* dimana dengan adanya *website* ini diharapkan nantinya dapat mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai motor secara langsung tanpa datang ke PT langsung, sehingga pendapatan PT Supra Kencana Sukses akan mengalami peningkatan. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Oliver & Tri, 2015), yang mengatakan bahwa bahwa sistem informasi dapat mempermudah melakukan pemasaran produk dan sistem informasi dapat memberikan informasi yang lengkap dan bermanfaat untuk konsumen produk. Penelitian (Amirullah & Megawati, 2016) juga mengatakan bahwa *website* dapat meningkatkan pemasaran produk properti secara online sehingga mendapatkan cakupan konsumen lebih luas. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Rancang Bangun Aplikasi Pemasaran Pada PT Supra Kencana Sukses Berbasis Web**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Pada pembahasan latar belakang yang telah dikemukakan diatas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Munculnya *marketing* baru didealer dan kompetitor lain sehingga membuat data pemasaran semakin menurun.
2. Membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang cukup besar dalam mencetak brosur dan memasang iklan di koran.

3. Pelanggan merasa kesulitan mencari lokasi PT Supra Kencana Sukses untuk membeli motor.

1.3. Batasan Masalah

Agar lebih jelas dan terarah serta tidak terjadi banyaknya masalah yang akan timbul, maka penulis hanya akan memberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada PT Supra Kencana Sukses Batam dengan mengambil data pemasaran pada periode Januari sampai Maret 2018.
2. Sistem yang dibangun hanya difungsikan untuk promosi produk tidak mencakup semua kegiatan penjualan.
3. Sistem yang dirancang pada PT Supra Kencana Sukses Berbasis Web menggunakan *PHP* .
4. Database yang digunakan *MYSQL*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka terdapat beberapa hal menjadi permasalahan penelitian :

1. Bagaimana merancang aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses?
2. Bagaimana mengimplementasikan aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses?

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu:

1. Untuk merancang aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses.
2. Untuk mengimplementasikan aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses.

1.6. Manfaat Penulisan

Manfaat penelitian penulisan ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, yaitu :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis yaitu:

1. Jika penelitian ini telah selesai dilakukan, rumusan masalah terjawab dan tujuan penelitian tercapai.
2. Hasil penelitian ini akan berguna untuk melengkapi teori-teori yang berkaitan dengan rancang bangun aplikasi pemasaran Web menggunakan PHP di PT Supra Kencana Sukses Kota Batam.

Penelitian tersebut dapat membantu perusahaan dalam kegiatan proses pemasaran menggunakan Web.

1.6.2. Secara Praktis

Adapun manfaat secara praktis adalah diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berfikir dalam bidang rancang bangun aplikasi pemasaran Web menggunakan PHP di PT Supra Kencana Sukses di Kota Batam.
2. Sebagai tambahan informasi dan sebagai referensi bagi pihak yang menggunakan aplikasi tersebut yang akan meneliti masalah yang sama dimasa yang akan datang.

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam membuat aplikasi berbasis web sebagai objek penelitian.