

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman *Milenial* ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi semakin maju. Sehingga mempengaruhi pola pikir manusia untuk melakukan perubahan yang sangat besar. Seiring dengan kemajuan tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi semakin pesat dan berkembang. Maka tidak sedikit orang yang telah memanfaatkan penggunaan teknologi informasi untuk bekerja dengan lebih baik, dan mendapatkan keuntungan yang banyak.

Oleh karena itu, pemasaran di PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) sendiri merupakan salah satu industri farmasi Nasional di Indonesia yang berdedikasi dibidang kesehatan *Reproduksi* dan kesehatan lainnya. PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) pada Tahun 1969. PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) pertama kali didirikan di Jakarta Timur, perusahaan ini juga memiliki beberapa cabang yang tersebar di Indonesia salah satunya Palembang. Setiap cabang memiliki Bagian *Marketing* yang tersebar di beberapa wilayah salah satunya di Bangka Belitung terdapat *Marketing* yang memasarkan produk. Yang beralamat di Jln. Manggis Bukit Lama Kelurahan Bukit Sari Kecamatan Gerunggang Kota Pangkal Pinang.

Proses bisnis yang digunakan PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya. Pembeli yang mempunyai media sosial dapat langsung melihat dan memesan produknya. Bagian *Marketing* biasanya melakukan kunjungan ke Bidan atau Apotek.

Masalah yang biasanya dihadapi oleh bagian *Marketing* PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) adalah pemasaran produk masih mengguakan media sosial, bagian *Marketing* mempromosikan produnya dengan cara kunjungan ke Bidan dan Apotek, pencatatan penjualan masih menggunakan secara manual, sering terjadinya kesalahan pada pencatatan data penjualan, dan pembeli atau pelanggan yang membeli produk yang hanya memiliki media sosial *Marketing* tersebut.

Berdasarkan masalah di atas penulis mempertimbangkan agar membuat sebuah web yang dapat membantu PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) dalam

pemasaran produknya..maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Sistem Informasi *E-Marketing* Pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengelola Sistem Informasi *E-Marketing* Pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)”.
2. Bagaimana Sistem Informasi *E-Marketing* Pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) bisa digunakan.
3. Bagaimana Sistem Informasi *E-Marketing* Pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) bisa bermanfaat bagi pengguna.

1.3 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan-batasan masalah dalam pembahasan laporan ini adalah :

1. Sistem *E-Marketing* ini digunakan sebagai media penjualan dan pemasaran produk pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)
2. Penelitian ini melakukan perancangan sistem informasi pemasaran online pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)
3. Penelitian ini hanya terfokus pada penjualan dan pemasaran produk pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan yang bisa kita ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat Sistem Informasi *E-Marketing* Pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)
2. Memudahkan proses pemasaran pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)”
3. Memudahkan pembelian pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)”
4. Pelanggan dapat langsung memesan produk langsung menggunakan situs web PT Tunggal Idaman Abdi (TIA).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa manfaat yang di dapatkan sebagai berikut :

1. Bagi tempat riset

Dengan adanya penelitian ini memberi manfaat bagi tempat riset karna dapat membantu PT Tunggal Idaman Abdi (TIA) agar pelanggan dapat lebih mudah memesan barang melalui web.

2. Bagi penulis

Adapun manfaat dari penelitian ini bagi penulis adalah melatih kemampuan menganalisis, mengelola masalah sehingga dapat memberikan solusi tepat terhadap masalah yang ada dalam PT Tunggal Idaman Abdi (TIA).

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian dengan judul “Sistem Informasi *E-Marketing* pada PT Tunggal Idaman Abdi (TIA)” ini menggunakan *Metodologi System Development Life Cycle* (SDLC). Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode *Rapid Application Development* (RAD) , dan Tools yang digunakan adalah *United Modelling Language* (UML).

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menggambarkan urutan materi penelitian yang ditulis secara urut, mulai dari bab 1 sampai bab terakhir. Sistematika penelitian pada Kuliah Peraktek (KP), sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat dan tujuan, metodologi penelitian, sistematika Penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisi definisi sistem, definisi informasi, definisi sistem informasi, definisi *E-Marketing*, definisi Perseroan Terbatas (PT), *Metodologi System Development Life Cycle (SDLC)*, *Rapid Application Development (RAD)*, *United Modelling Language (UML)*, definisi website, defenisi activity diagram, defenisi use case diagram, defenisi package diagram, defenisi class diagram, defenisi sequence diagram, penelitian terdahulu yang serupa.

BAB III: ORGANISASI

Berisi gambaran umum, Sejarah, Struktur Organisasi, Tugas dan wewenang, Visi dan Misi, Gambaran produk.

BAB IV: PEMBAHASAN

Analisa proses bisnis, *Activity diagram*, Analisa dokumen keluaran, Analisa dokumen masukan, *Package diagram*, *Uscase diagram*, Deskripsi *usecase*, pembuatan aplikasi, layar.

BAB V: PENUTUP

Kesimpulan dan saran.