

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV Pratama Media ialah nama perusahaan dari Grup Media Pratama, yang didirikan pada tahun 1971 di Jakarta dengan nama CV. Pratama Media. Pada awalnya, perusahaan-perusahaan menggunakan Garia Indonesia untuk menganalisis sebagian besar buku-buku hukum, politik, sosial dan ekonomi yang diterbitkan di Indonesia. Pada tahun 1978, kami mulai menerbitkan dan mencetak 4.444 buku pelajaran bersama Yudhistira. Kini di usianya yang ke-51, penerbit setia memenuhi kebutuhan pendidikan di 4.444 sekolah tingkat SD/MI, SMP/MTS, SMA/MA, dan SMK serta 4.444 buku pelajaran untuk pendidikan tinggi. Guna memenuhi kebutuhan pendidikan global akan buku pelajaran yang meningkat setiap tahunnya seiring bertambahnya jumlah sekolah dan siswa di tingkat nasional, CV. Pratama Media telah membuka 4.444 cabang di seluruh Indonesia. Ini diperlukan untuk distribusi regional dari produk perusahaan. Hampir di setiap kota besar di Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara, CV Pratama Media memiliki 4.444 karyawan. Cv Pratama Media Cabang adalah salah satu dari beberapa cabang yang ada di wilayah Pangkalpinang yang didirikan pada tahun 1992. CV Pratama Media Cabang Kota Pangkalpinang mempekerjakan 30 orang termasuk staf penjualan dan administrasi. CV Pratama Media Cabang Kota Pangkalpinang juga mengawasi penjualan di seluruh wilayah Sumatera Selatan. PT juga memerlukan Analisis pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap pendapatan buku yang baik. Pratama Media Cabang Kota Pangkalpinang dimaksudkan untuk merebut hati konsumen dan menjangkau pasar yang lebih luas, namun hal ini berdampak pada keberlangsungan penerbit. CV. Pratama Media melakukan penjualan menggunakan ecommerce dan whatsapp web dalam memasarkan buku. Hal ini menjadi permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti yaitu ingin mengetahui sejauh mana pengaruh ecommerce terhadap penjualan pada CV. Pratama Media.

Metode yang digunakan ialah kuantitatif dan mencakup metode dokumentasi, wawancara serta pengumpulan data. Penelitian ini berfokus pada bagaimana CV Pratama Media dapat ditingkatkan melalui analisis pemasaran dan penjualan buku. Data primer yang dikumpulkan langsung dari sumber relasional dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang berkepentingan secara langsung adalah jenis data yang digunakan. Pendekatan pengambilan sampel probabilitas digunakan untuk menemukan narasumber. Setelah populasi ditetapkan, metode pemilihan sampel yang dikenal sebagai sampling probabilitas, mengusulkan bahwa kelompok sampel yang dipilih mengandung komponen acak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *e-commerce* mempengaruhi penjualan CV Pratama yang dapat meningkatkan omset bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah di CV Pratama Media berikut ini didasarkan pada latar belakang yang disebutkan di atas:

1. Bagaimana pengaruh Kemudahan (X1) terhadap penjualan (keputusan penjualan)?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Penjualan (keputusan penjualan)?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Harga terhadap Penjualan (keputusan penjualan)?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan tertentu dipecah menjadi komponen-komponen yang lebih kecil untuk mengidentifikasi potensi masalah atau efek samping dari masalah yang diteliti. Dampak media sosial dan *e-commerce* terhadap penjualan buku dan pendapatan pemasaran di CV Pratama Media Kota Pangkalpinang adalah batasan masalah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dalam penelitian di CV Pratama Media yaitu:

1. Bagi E-commerce

Temuan penulisan ini hendaklah dapat berguna bagi para pelaku yudhistira yang tidak memakai *e-commerce* untuk menjual produk mereka untuk mengetahui bagaimana penggunaan *e-commerce* berdampak pada penjualan mereka melalui.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi panduan untuk penelitian selanjutnya, termasuk penelitian teori komparatif.

3. Bagi Pembaca

Temuan skripsi ini dapat bermanfaat sebagai khazanah serta informasi tentang *e-commerce*, termasuk mengenai dampak *e-commerce* terkait dengan penjualan dan langganan buku.

1.5 Tujuan Penelitian:

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana pemakaian *e-commerce* mempengaruhi tingkat pelanggan, pendapatan dan keuntungan yang dihasilkan.

1.6 Sistematika Penulisan

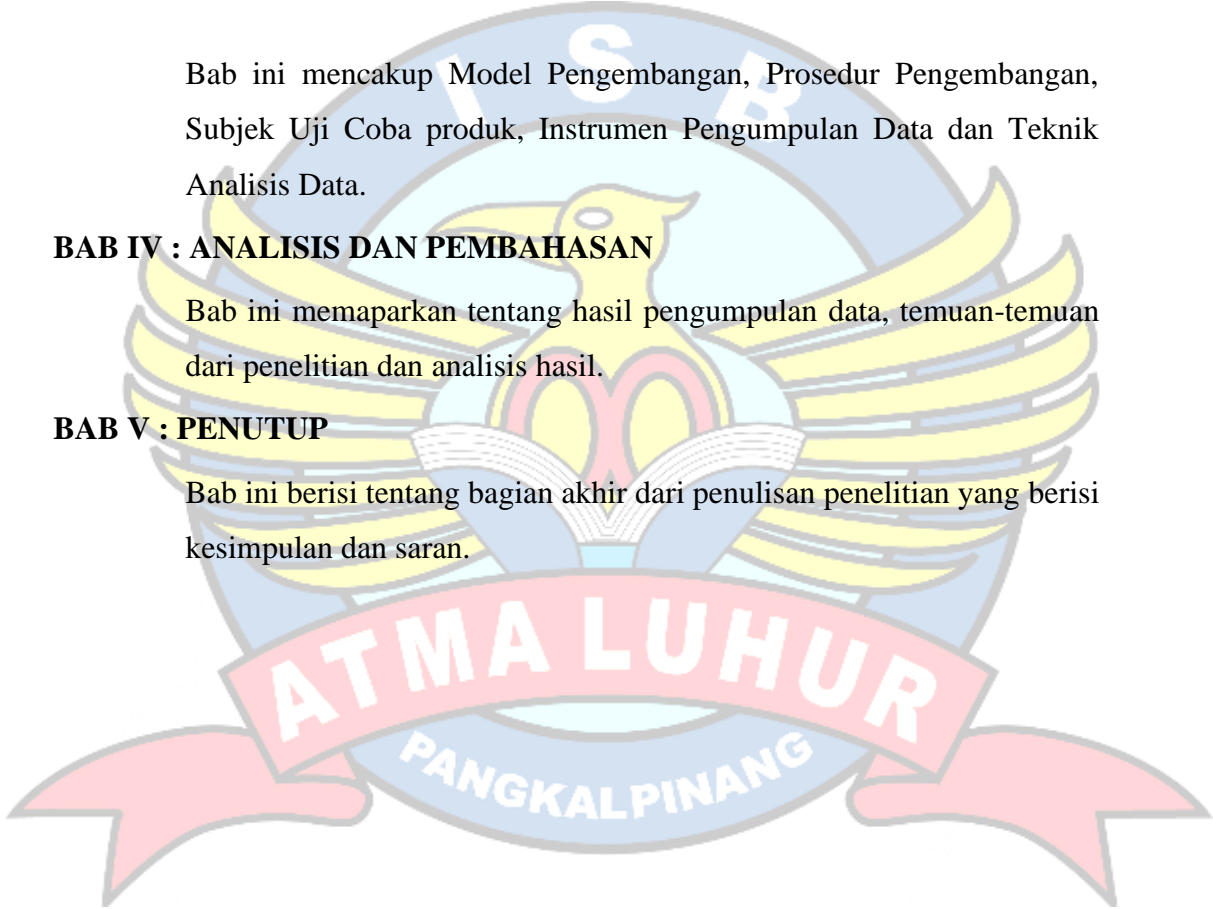
BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan semacam intuisi yang memberikan penjelasan rinci tentang gagasan dan mengidentifikasi teori pendukung untuk subjek penelitian. Definisi yang tepat untuk landasan teori adalah definisi yang berhubungan langsung dengan topik yang diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN



Bab ini mencakup Model Pengembangan, Prosedur Pengembangan, Subjek Uji Coba produk, Instrumen Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang hasil pengumpulan data, temuan-temuan dari penelitian dan analisis hasil.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang bagian akhir dari penulisan penelitian yang berisi kesimpulan dan saran.