BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan teknologi pada saat ini, persaingan antar perusahaan semakin sulit. dimana tingkat mobilitas yang tinggi serta perkembangan teknologi yang sangat pesat. Masing - masing perusahaan harus dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan dan harus cermat dalam melakukan strategi pemasaran dalam mempertahankan bisnisnya.

Salah satu faktor yang dapat dijadikan keunggulan dalam bersaing yaitu dengan strategi melalui media internet khususnya *website* pemasaran yang sedang berkembang saat ini, cara pemasaran dengan menggunakan *website* telah menjadi media penyebar informasi yang mudah diakses dengan biaya yang cukup terjangkau bagi kalangan masyarakat. Kegiatan mengenalkan atau memasarkan suatu produk dengan menggunakan internet disebut dengan *E-Marketing*.

PT. Sari Indah Jaya adalah salah satu pengembang yang membuka perumahan di Kabupaten Karawang seluas ± 5,4 Ha, nama perumahan tersebut adalah Permata Sari Indah. Perumahan Permata Sari Indah yaitu hunian nyaman dan asri yang berada di pusat kota karawang dengan fasilitas *cluster.* Perumahan Permata Sari Indah merupakan salah satu proyek pembangunan PT. Sari Indah Jaya dalam menjalankan usahaanya yang bergerak di bidang pembangunan dan penjualan perumahan sering disebut *Developer*.

Mengingat pentingnya strategi pemasaran yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan perusahaan. Maka perusahaan ingin melakukan pembaharuan dalam pemasarannya dengan membuat pemasaran *online* yang berbasis *web*. Dengan pembaharuan tersebut diharapkan mampu memudahkan bagian *marketing* dalam melakukan pemasaran kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan informasi bagi para pelanggan.

1.2. Ruang Lingkup

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membatasi tentang analisis dan implementasi *E-Marketing* pada PT. Sari Indah Jaya yang mencakup:

- Hanya membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran perumahan secara *online*.
- Menampilkan produk pemasaran dengan media pendukung yang diperlukan.
- *E-Marketing* yang akan dibuat merupakan *website* berbasis B2C dimana perusahaan melakukan pemasaran produk kepada pelanggan perorangan.

1.3. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

- Menganalisis dan implementasi sebuah aplikasi *E-Marketing* B2C bagi PT. Sari Indah Jaya guna memberikan kemudahan kepada calon pelanggan dalam mengakses informasi melalui fasilitas yang ada sehingga dapat mengoptimalkan kegiatan pemasaran dan penghematan biaya pemasaran.

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

- Memudahkan calon pelanggan untuk mengetahui informasi perumahan secara lengkap dan terperinci.
- Membantu PT. Sari Indah Jaya untuk memperluas jaringan pemasaran.
- Membantu bagian *marketing* dalam pengurangan biaya pemasaran.

1.4. Metodologi

Dalam melakukan analisis dan implementasi *E-Marketing* pada Perumahan Permata Sari Indah digunakan dua metodologi, yaitu :

- Metode pengumpulan data

  Metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

  - Studi Pustaka

    Dalam studi kepustakaan akan mencari, mengumpulkan dan mempelajari data serta informasi melaui literatur buku dan mencari melalui internet serta sumber lainya yang berkaitan dengan *E-Marketing*.

  - Observasi

    Melakukan survei pada perusahaan dangan mengadakan pengamatan ke lapangan dengan mengumpulkan data – data yang diperlukan.

  - Wawancara

    Wawancara dengan pernyatan yang resmi kebenarannya kepada pihak perusahaan dan lingkungan sekitar untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

- Kuesioner

  Menyebarkan sejumlah pertanyaan pada responden secara acak tentang kebutuhan dan saran dalam membangun *website E-Marketing* sehingga *website* tersebut memenuhi kebutuhan yang diperlukan saat ini.

➢ Metode analisis dan implementasi *E-Marketing*

Metode analisis dan implementasi *E-Marketing* dengan menggunakan metode SOSTAC® dengan tahapan sebagai berikut :

- *Situation Analysis*– Dimana kita sekarang?
- *Objectives* – Kemana kita akan pergi?
- *Strategy* – Bagaimana kita mencapai kesana?
- *Tactics* – Bagaimana sebenarnya kita mencapai kesana?
- *Action* – Apa rencana kita?
- *Control* – Apakah kita sudah sampai kesana?

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar terbagi atas 5 bab :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian yang digunakan serta sistematika penulisan yang dilakukan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Di bagian bab ini terdapat pembahasan mengenai tinjauan pustaka mengenai definisi, pengertian dan penjelasan dari teori-teori yang digunakan sebagai dasar analisis dan implementasi *E-Marketing*.

BAB 3 ANALISIS PEMASARAN YANG BERJALAN

Bab ini menguraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, struktur perusahaan, tugas dan wewenang, proses pemasaran, menganalisis pemasaran, tujuan, strategi dan tindakan pemasaran yang dibangun.

BAB 4 RANCANGAN DAN IMPLEMENTASI *E-MARKETING*

Bab ini akan membahas mengenai bagaimana melakukan perancangan dan implementasi *E-Marketing* yang diusulkan kepada PT.Sari Indah Jaya terutama menyangkut *Tactics, Action* dan *Control* yang digunakan perusahaan.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan yang diperoleh dari hasil keseluruhan analisis dan implementasi *E-Marketing*, serta saran-saran yang berguna bagi pengembangan selanjutnya agar *E-Marketing* dapat ditingkatkan lebih baik lagi.