

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang begitu pesat seperti sekarang ini, baik perusahaan di instansi pemerintah maupun swasta dituntut mampu mengikuti serta mengetahui derasnya arus informasi dalam segala bidang khususnya dalam bidang komputer.

Terkhusus perusahaan Swasta yang bergerak dibidang teknologi yang melakukan pembuatan Software dan Aplikasi. Untuk memperluas jangkauan pemasaran dalam hal penjualan produk perlu diperlukan sebuah metode sales marketing yang lebih efektif, detail termonitoring dan ter manajemen dengan menggunakan komputer.

Manajemen marketing berhubungan dengan tanggung jawab untuk mempengaruhi tingkat, waktu, dan komposisi permintaan pelanggan berdasarkan ukuran bisnis, budaya organisasi, dan konteks industri. Sebagai contoh, dalam sebuah perusahaan produk konsumen besar. Untuk menciptakan strategi manajemen pemasaran yang efektif dan efisien, perusahaan harus memiliki pemahaman mendetail dan objektif mengenai bisnis mereka sendiri dan pasar tempat mereka beroperasi. Dalam menganalisis permasalahan-permasalahan ini, bidang manajemen pemasaran sering tumpang-tindih bidang perencanaan strategis. Maka dibutuhkan suatu sistem untuk dapat membantu dalam hal analisa berbagai faktor dalam aspek bisnis dalam hal pemasaran produknya.

Perencanaan strategis merupakan tipe ideal yang bisa diterapkan oleh perusahaan mana saja, namun bentuk ini biasanya kurang cocok untuk perusahaan yang menghadapi situasi pemasaran yang sering tidak terduga atau beresiko tinggi. Hal ini karena perusahaan yang baik harus bisa bersiap diri untuk menghadapi berbagai tantangan atau halangan yang mungkin muncul dan dapat mengacaukan rencana manajemen pemasaran yang sudah disusun rapi sejak awal. Oleh karena itu, bentuk perencanaan strategis seperti biasanya hanya dijadikan garis besar untuk perencanaan manajemen pemasaran yang lebih rinci. Dengan kata lain, perencanaan strategis untuk manajemen pemasaran harus disesuaikan dengan situasi harian yang dihadapi perusahaan dan bukannya keadaan yang paling ideal



Sistem Penjadwalan Sales Manajemen merupakan solusi yang cukup relevan untuk membantu stakeholder atau manajerial dalam menganalisa dan menentukan strategi yang tepat dalam hal pemasaran. Sistem juga dapat dimanfaatkan untuk monitoring dan evaluasi terhadap sales serta target pemasaran yang tepat. Diharapkan dengan adanya sistem ini bisa membantu manajer pemasaran untuk menentukan strategi yang tepat dalam perencanaan pemasaran, mengurangi resiko dan hambatan dalam hal pemasaran serta membantu meningkatkan produktifitas perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan tersebut, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimana mengolah data para sales marketing menentukan target para klien dan tujuan tempat pemasaran serta merancang sistem Manajemen Sales Marketing dengan menggunakan framework Laravel

1.3. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat yang dapat diambil dari permasalahan diatas antara lain:

1.3.1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah membuat Sistem yang dapat membantu manajemen pemasaran untuk menganalisa dan menentukan strategi pemasaran yang tepat serta Membantu mengevaluasi dan memonitoring para Marketing atau Sales

1.3.2. Manfaat

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Bagi Perusahaan
Penelitian ini berguna untuk mempermudah memonitoring dan Target tujuan yang sudah dilakukan para sales marketing secara sistematis dan terkomputerisasi
- b) Bagi Sales Marketing
Penelitian ini berguna untuk menentukan target tujuan klien yang harus dicapai secara sistematis dan terkomputerisasi

1.4. Batasan Masalah



Dalam pembuatan sistem tersebut diperlukan beberapa batasan masalah agar ruang lingkup tetap terjaga dan mempermudah dalam pembuatan maupun perancangan. Adapun batasan masalah tersebut seperti berikut :

1. Aplikasi berbasis web menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan menggunakan framework Laravel.
2. Platform database yang digunakan adalah MySQL
3. Informasi yang dihasilkan hanya mengenai data Marketing atau sales yang sudah dan akan berkunjung ke tujuan
4. Aplikasi berupa halaman web yang berfungsi mengolah data sales, dan target yang ada di perusahaan.
5. Aplikasi berupa halaman web yang berfungsi memantau hasil kerja daripada sales.

1.5. Metodologi Penelitian

Secara garis besar pengerjaan tugas akhir ini menggunakan metodologi sebagai berikut :

1.5.1 Studi Pustaka

Proses pengumpulan data dan informasi dengan mempelajari materi-materi tentang Manajemen sales dan framework Laravel. Materi-materi didapat melalui jurnal, buku, internet, serta bantuan dari CV Natusi

1.5.2 Perumusan Masalah

Pada tahap ini yang dikerjakan adalah merumuskan masalah yang didapat. Masalah-masalah apa saja yang telah terjadi ketika melakukan proses Menentukan tujuan target klien yang didapat. CV Natusi juga ikut berperan dalam perumusan masalah.

1.5.3 Analisa dan Perancangan

Setelah studi pustaka dan perumusan masalah selesai, pada tahap ini proses analisa dan perancangan design aplikasi mulai dilakukan. Merancang design aplikasi yang mudah digunakan oleh CV Natusi

1.5.4 Implementasi

Pada proses ini dilakukan pengimplementasian aplikasi Penjadwalan sales marketing berbasis web.

1.5.5 Evaluasi

Pada tahapan ini peneliti melakukan evaluasi terhadap aplikasi yang dibuat. Testimoni dari CV Natusi diperlukan dalam tahap ini, .



1.5.6 Penulisan Laporan

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari penyusunan tugas akhir. Pada tahap ini dilakukan penulisan laporan dari tugas akhir yang dikerjakan.

1.6. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan buku dalam Skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, metode penelitian, serta sistematika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini.

BAB II: STUDI PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori-teori pokok yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.

BAB III: PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan tentang rancangan sistem dan keseluruhan sistem yang dibuat beserta rancangan alur flowchart pada tiap-tiap proses pada sistem.

BAB IV: IMPLEMENTASI SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang implementasi sistem sesuai dengan Bab III, penjelasan dan analisa sistem serta uji coba sistem yang telah dibuat.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari hasil uji coba yang telah dilakukan dan saran beserta masukan untuk pengembangan penelitian berikutnya.

