

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong terjadinya transformasi digital dalam berbagai sektor bisnis. Transformasi digital tidak hanya berfokus pada pemanfaatan teknologi untuk kegiatan pemasaran dan penjualan, tetapi juga mencakup digitalisasi proses administrasi dan operasional perusahaan. Penerapan teknologi digital dalam proses bisnis dapat mendukung pengelolaan proses kerja secara lebih terstruktur serta membantu meminimalkan kesalahan administratif yang sering terjadi pada sistem manual (Suryanti et al., 2025).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan kajian empiris pada industri kuliner, transformasi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional serta efektivitas strategi pemasaran, khususnya melalui pemanfaatan *digital marketing*. Dalam industri kuliner, transformasi digital menjadi kebutuhan yang semakin penting seiring dengan meningkatnya persaingan dan perubahan perilaku konsumen. Kondisi tersebut menuntut pelaku industri kuliner untuk mampu mengelola aktivitas bisnis secara terstruktur dan adaptif, terutama dalam pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana promosi utama. Pemanfaatan media sosial, *influencer marketing*, dan iklan digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat beli dan *brand awareness* konsumen (Fernandes et al., 2025). Namun, pesatnya aktivitas pemasaran digital tersebut perlu diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang efektif agar operasional perusahaan tetap berjalan optimal.

PT. Izumida Sukses Berjaya merupakan perusahaan yang bergerak di industri kuliner dan mengelola brand Sushi Mentai Indonesia. Dalam menjalankan strategi pemasaran, perusahaan ini aktif memanfaatkan *digital marketing* melalui kerja sama dengan *influencer*, akun komunitas, serta penggunaan iklan digital berbayar pada berbagai platform media sosial. Setiap aktivitas promosi digital tersebut memerlukan proses administrasi berupa *Purchase Requisition* (PR) sebagai dokumen resmi pengajuan dan persetujuan biaya promosi.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan kerja praktik, diketahui bahwa proses pembuatan PR pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya masih dilakukan secara manual. Data kerja sama promosi dikumpulkan dari berbagai media, seperti WhatsApp, Instagram, email, dan Google Drive, kemudian direkap ulang ke dalam format PR secara konvensional. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital pada sisi pemasaran belum sepenuhnya diimbangi dengan digitalisasi proses administrasi yang mendukungnya.

Proses PR yang masih manual menimbulkan beberapa permasalahan, antara lain kurang praktis, berpotensi menimbulkan kesalahan input data, serta belum tersedianya penyimpanan data terpusat yang memudahkan pencarian dan penelusuran histori pengajuan. Selain itu, proses persetujuan antara staf dan manajer belum terstruktur secara sistematis, sehingga berpotensi menyebabkan keterlambatan dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan promosi.

Permasalahan tersebut berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan administrasi kerja Divisi *Digital Marketing* serta kurang optimalnya pelaksanaan

strategi pemasaran digital. Dalam industri kuliner yang memiliki karakteristik dinamis dan membutuhkan penyesuaian terhadap tren pasar, kondisi ini dapat menghambat efektivitas pencapaian tujuan pemasaran perusahaan.

Sebagai upaya mendukung transformasi digital pada proses administrasi promosi, diperlukan solusi berupa sistem informasi PR berbasis web yang mampu mengelola alur pengajuan dan persetujuan secara terstruktur. Sistem informasi tersebut diimplementasikan dalam bentuk aplikasi berbasis web sebagai sarana pendukung pelaksanaan proses administrasi secara digital. Penerapan aplikasi berbasis web dengan fitur otomatisasi dapat mendukung pengelolaan data dan aktivitas administrasi digital serta mendukung kinerja pengguna dalam aktivitas administrasi digital (Tamiri & Wahyuni, 2025).

Dengan demikian, sistem yang dirancang dan diimplementasikan melalui aplikasi berbasis web ini diharapkan mampu menjadi solusi nyata dalam mendukung pengelolaan administrasi promosi digital yang lebih terstruktur serta mendukung implementasi transformasi digital pada industri kuliner, khususnya pada PT. Izumida Sukses Berjaya.

Berbeda dengan penelitian sistem pengadaan yang bersifat umum, penelitian ini berfokus pada perancangan sistem PR yang disesuaikan dengan karakteristik kegiatan promosi digital pada Divisi *Digital Marketing* di industri kuliner. Sistem yang dirancang mengintegrasikan proses pengajuan dan persetujuan biaya promosi dalam satu alur kerja terstruktur, sehingga mendukung pelaksanaan administrasi promosi sebagai bagian dari transformasi digital perusahaan.

1.2. Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi dan permasalahan proses pembuatan PR pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya yang masih dilakukan secara manual?
2. Bagaimana merancang dan membangun Sistem Informasi PR berbasis web dengan penerapan hak akses Super Admin, Staf, dan Manajer sesuai dengan alur kerja yang berjalan pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya?
3. Bagaimana implementasi fitur otomatisasi pada Sistem Informasi PR berbasis web dalam mendukung proses pengajuan dan persetujuan PR pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya?

1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis proses pembuatan PR pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya serta mengidentifikasi permasalahan yang muncul pada proses yang masih dilakukan secara manual.
2. Merancang dan membangun Sistem Informasi PR berbasis web dengan penerapan hak akses Super Admin, Staf, dan Manajer sesuai dengan alur kerja pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya.

3. Mengimplementasikan fitur otomatisasi pada Sistem Informasi PR berbasis web untuk mendukung proses pengajuan dan persetujuan PR pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya.

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mendukung penerapan sistem informasi pada proses bisnis perusahaan, khususnya dalam rangka transformasi digital pada aktivitas administrasi PR. Melalui perancangan dan pembangunan sistem informasi PR berbasis web, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan sistem sejenis untuk mendukung proses pengajuan dan persetujuan PR agar lebih terstruktur dan terdokumentasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu PT. Izumida Sukses Berjaya, khususnya Divisi *Digital Marketing*, dalam mengatasi permasalahan proses PR yang masih dilakukan secara manual, sehingga pengelolaan pengajuan, persetujuan, dan dokumentasi PR dapat dilakukan secara lebih terstruktur, terdokumentasi, dan mendukung kelancaran operasional serta pengambilan keputusan manajerial.

1.5. Batasan masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada perancangan dan pembangunan sistem informasi PR berbasis web yang diterapkan pada Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya.

2. Sistem yang dibangun hanya mencakup pengelolaan pengajuan PR yang berkaitan dengan kegiatan *digital marketing*, mulai dari proses input data hingga persetujuan PR.
3. Pengguna sistem dibatasi pada tiga jenis peran, yaitu super admin, staf dan manajer, dengan pengaturan hak akses yang berbeda sesuai dengan alur kerja pengajuan dan persetujuan PR.
4. Penelitian ini tidak mencakup proses pembayaran, pencatatan keuangan, maupun integrasi sistem dengan bagian akuntansi atau keuangan perusahaan.
5. Pengujian sistem dalam penelitian ini dibatasi pada pengujian fungsional (*Black Box Testing*) untuk memastikan fitur utama berjalan sesuai dengan kebutuhan dan alur bisnis perusahaan. Aspek keamanan data difokuskan pada penerapan fitur keamanan bawaan framework *Laravel*, seperti enkripsi kata sandi dan pembatasan hak akses menggunakan *middleware*, tanpa mencakup pengujian penetrasi (*penetration testing*).
6. Sistem yang dikembangkan berupa aplikasi berbasis web yang digunakan untuk mendukung proses bisnis pada lingkungan internal Divisi *Digital Marketing* PT. Izumida Sukses Berjaya.
7. Penelitian ini tidak mencakup pengembangan aplikasi *mobile* (*Android* maupun *iOS*), melainkan berfokus pada implementasi sistem berbasis web.