BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Caladi Lima Sembilan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang garmen, juga menawarkan tour keliling pabrik yang disebut Wisata Kreatif C59 yang menawarkan tour kepada pengunjung dengan memperlihatkan seluruh proses tahapan produksi T-shirt atau baju secara menyeluruh. Dalam pelaksanaannya pengunjung akan dapat melihat proses pembuatan baju yang berawal dari pemilihan bahan hingga ke proses penyablonan dan baju siap dipasarkan, selain itu wisata tour juga memiliki beberapa paket seperti apresiasi atau pengenalan dalam hal produksi baju, *workshop* atau proses awal dari pemilihan bahan dan dilanjutkan ke tahap penyablonan dan seminar untuk penggabungan dari paket apresiasi dan *workshop* itu sendiri.

Berdasarkan Wawancara dengan Bapak Wahyu selaku manager di divisi wiskre ini, beliau mengatakan bahwa strategi promosi yang dilakukan saat ini masih mendasar dan tidak memiliki jadwal yang pasti dalam hal melakukan promosi yang terkadang melewatkan kesempatan yang seharusnya bisa dilakukan dengan tepat atau hanya melihat bauran promosi saja. Pada data tahun 2018 promosi yang dilakukan ialah melalui media sosial, banner iklan, melakukan event atau mengunjungi langsung lokasi promosi dilakukan (Sekolah atau Umum). Dalam pelaksanaannya pihak wiskre melihat dari data pengunjung yang datang dengan membandingkan target peserta yang diharapkan (Lampiran B-2).

Pelaksanaan promosi yang dilakukan terkadang tidak sepenuhnya bisa memenuhi target realisasi peserta yang diharapkan, seperti contoh pada tahun 2018 pada bulan Agustus dan September yang tidak memenuhi target peserta yang diharapkan (Lampiran B-2). Jika realisasi peserta wisata kreatif tidak sebanding dengan target yang diharapkan akan menimbulkan kerugian dalam hal pelaksanaan wisata tour itu sendiri, dengan tidak seimbangnya target peserta yang diharapkan dengan realisasi peserta yang berkunjung dapat menimbulkan kerugian yang cukup berdampak bagi perusahaan, contoh yang terjadi pada data tahun 2018 bulan

agustus (lampiran B-2) target peserta hanya 30% yang terealisasi dari target yang diharapkan maka menyebabkan kerugian pada divisi wiskre yang berdampak pada pengeluaran untuk promosi di bulan selajutnya. Saat ini promosi yang dilakukan oleh pihak wiskre masih berdasarkan dengan diskusi antara manager dan para staff yang bekerja pada divisi wiskre itu sendiri, dan pelaksanaan promosi (lampiran B-2) pun diharapkan dapat meningkatkan realisai peserta sesuai dengan target pengunjung yang diharapkan sesuai dengan pengeluaran yang telah dilakukan dalam promosi yang saat ini sedang berjalan. Disisi lain pihak wiskre sendiri ingin lebih memperkenalkan industri kreatif ini agar melahirkan *entrepreneur* baru lainnya agar dapat membantu perekonomian masyarakat meningkat.

Dalam hal ini promosi sangat berpengaruh dalam memperkenalkan suatu produk yang tentunya ialah Wisata Kreatif itu sendiri. Dalam hal ini untuk mementukan strategi promosi dapat menggunakan metode WASPAS (*Weighted Aggregated Sum Product Assesment*) sebagai alat bantu untuk menentukan promosi yang tepat, sebagai contoh dalam penelitian Sri Sugiarti, Dormauli K Nahulae, Syafrizal, Tongam E Panggabean dan Maringan Sianturi [1] bahwa metode WASPAS dapat menghitung kemungkinan dalam penentuan sebuah strategi promosi.

Maka dengan permasalahan yang terjadi peneliti meberikan solusi untuk membangun Sistem Informasi Strategi Promosi sebagai salah satu cara untuk mengurangi kendala yang terjadi sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang terjadi di PT. CALADI LIMA SEMBILAN Kota Bandung adalah bagaimana membangun suatu Sistem Informasi Strategi Promosi di PT. CALADI LIMA SEMBILAN, untuk membantu pihak Wisata Kreatif dalam menentukan promosi yang sesuai.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah membangun Sistem Informasi Strategi Promosi di PT. CALADI LIMA SEMBILAN. Adapun tujuan dari pembangunan sistem ini adalah untuk Membantu Manager Wisata Kreatif dalam menentukan promosi yang sesuai serta untuk mempertahankan pelanggan yang telah berkunjung sesuai dengan riwayat kunjungan pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

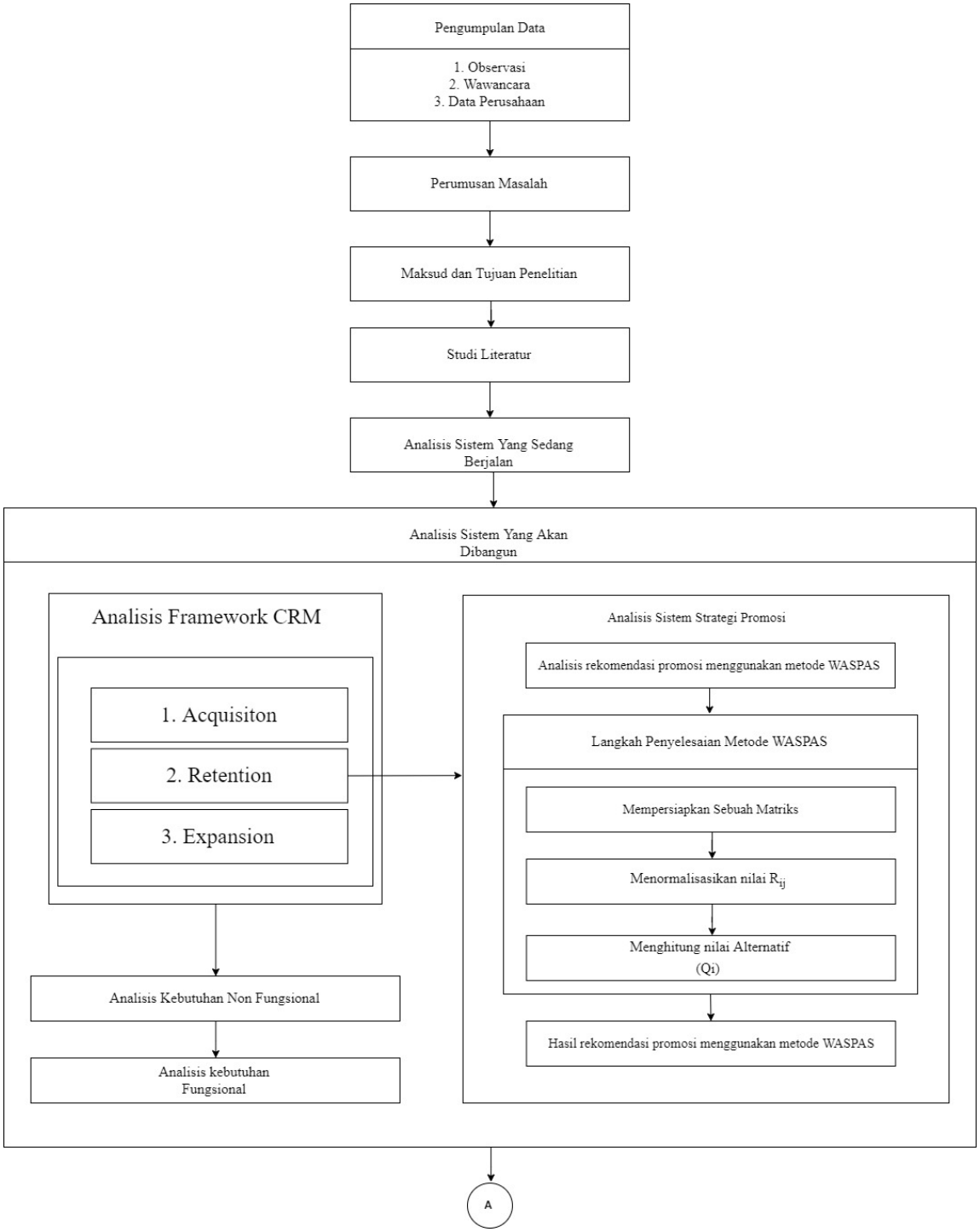
Batasan masalah bertujuan untuk memperkecil cakupan penelitian agar penelitian menjadi lebih terfokus pada permasalahan yang ada, maka batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem informasi ini menangani proses pendataan pengunjung, promosi dan dapat memberi rekomendasi promosi yang sesuai untuk pihak wiskre.
2. Data masukan pada sistem ini berupa :
   - Data peserta Wisata Kreatif yang berkunjung.

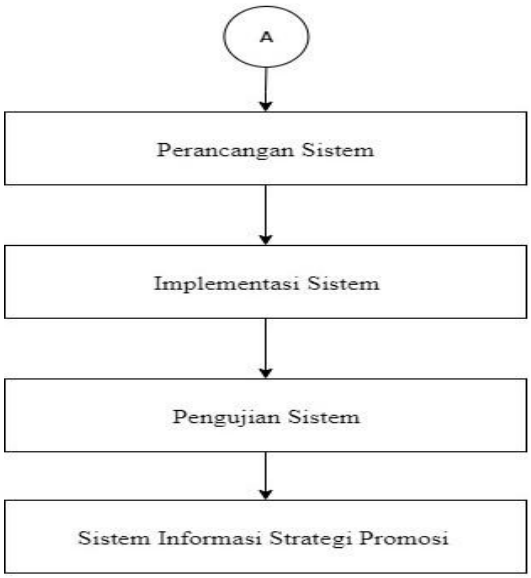
   Data keluaran pada sistem ini berupa :
   - Rekomendasi sekolah atau umum untuk dilakukan promosi dengan menggunakan metode WASPAS (Weighted Aggregated Sum Product Assesment)
3. Sistem Informasi ini berbasis web.
4. Menggunakan pendekatan CRM dengan Framework *Dynamic CRM*
5. Metode yang digunakan adalah Metode Weighted Aggregated Sum Product Assesment (WASPAS) .

1.5 Metodologi Penelitian

Metodolgi penelitian adalah proses mempelajari, memahami, menganalisis serta memecahkan masalah berdasarkan fakta yang ada dan terkait secara sistematis. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui atau memberi gambaran kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan untuk mendapatkan data yang objektif. Adapun alur penelitian ini bisa dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Alur Penelitian (1)



Gambar 1.2 Alur Penelitian (2)

Dibawah ini adalah deskripsi dari alur penelitian pada gambar 1.1 sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

   Tahap ini merupakan tahapan dimana data dikumpulkan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara dengan Manager Wiskre dan Direktur Utama di PT. Caladi Lima Sembilan, observasi dengan mengumpulkan data perusahaan yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian dan studi pustaka dengan mempelajari data dan studi literatur yang bersumber dari buku dan jurnal ilmiah.

2. Perumusan Masalah

   Tahap ini merupakan tahapan dimana dalam tahap ini akan dilakukan dengan cara mencari masukan terhadap masalah yang diteliti melalai observasi, wawancara atau data yang berkaitan serta melakukan perumusan terhadap masalah yang dihadapi.

3. Maksud dan Tujuan Penelitian

   Tahapan ini merupakan tahapan dimana perumusan maksud dan tujuan penelitian berdasarkan hasil rumusan masalah. Sehingga tujuan ini akan menjadi acuan terhadap peneliti dalam melakukan penelitian ini.

4. Studi Literatur

   Tahapan ini merupakan tahapan dimana peneliti akan mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dengan mempelajari literatur baik cetak maupun elektronik serta menelaah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

5. Analisis Sistem Yang Berjalan

   Pada tahap ini peneliti akan melakukan analis terhadap sistem yang berjalan di perusahaan atau ditempat penelitian. Analisis sistem yang berjalan ialah gambaran atau pemodelan yang dilakukan peneliti untuk menjelaskan keadaan prosedur yang ada atau berjalan di perusahaan.

6. Analisis Sistem yang akan dibangun

   Pada tahap ini akan dilakukan analisis sistem yang akan dibangun terdiri dari analisis strategi promosi dengan metode WASPAS analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Berikut adalah analisis sistem yang akan dibangun :

   a. Analisis Framework CRM

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisis kerangka kerja dari *Customer Relationship Management* dimana kerangka kerja ini akan diterapkan pada sistem informasi yang akan dibangun.

   b. Analisis rekomendasi promosi menggunakan metode WASPAS

      Pada tahap ini peniliti akan melakukan analisis terhadap strategi promosi yang akan menggunakan bantuan metode WASPAS. Dengan langkah penyelesaian metode WASPAS sebagai berikut :

      1. 1. Memberikan nilai setiap alternatif (Ai) pada setiap kriteria (Ci) yang sudah ditentukan.
      2. Membuat Matriks Keputusan
      3. Melakukan normalisasi terhadap matrik x.
      4. Memberi Nilai Bobot (W).
      5. Mengoptimalkan atribut

c. Analisis kebutuhan non fungsional

Tahapan ini ialah menganalisis kebutuha non-fungsional yang merupakan elemen-elemen yang diperlukan saat pembangunan sistem strategi promosi ini. Kebutuhan non fungsional terbagi menjadi empat bagian yaitu analisis perangkat keras, analisis perangkat lunakn analisis pengguna serta analisis pengkodean.

d. Analisis kebutuhan fungsional

Pada tahap ini, analisis kebutuhan fungsional akan menyangkut konfigurasi dari komponen-komponen peragkat lunak dan perangkat keras dari suatu sistem sehingga saat instalasi dari sistem akan benar-benar menghasilkan hasil yang memuaskan. Alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum yang akan dibangun ialah diagram konteks dan data flow diagram.

7. Perancangan Sistem

Tahapan ini merupakan tahapan dimana perancangan sistem informasi strategi promosi akan dilakukan. Perancangan sistem informasi ini meliputi perancangan database yang akan dibangun nantinya, perancangan struktur dari menu apa saja yang nantinya akan ada di sistem, perancangan antarmuka yang akan dibangun, dll.

8. Implementasi Sistem

Pada tahapan ini akan dilakukan penerapan kedalam sistem yang berdasarkan dari hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya.

9. Pengujian Sistem

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian terhadap sistem yang dibangun agar sistem dapat berfungsi sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam pengujiannya penulis melakukan pengujian menggunakan uji *blacbox.*

10. Sistem Infromasi Strategi Promosi

Tahapan ini adalah tahapan dimana sistem informasi telah dibangun dan siap untuk digunakan. Selanjutnya akan diberikan kepada pihak perusahaan untuk dipergunakan sesuai dengan semestinya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab 2 menjelaskan tentang tinjauan umum tempat penelitian dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai sistem informasi dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab 3 menjelaskan tentang analisis kebutuhan dalam membangun aplikasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada aplikasi ini sesuai dengan metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan, selain itu juga terdapat perancangan antarmuka untuk aplikasi yang dibangun sesuai dengan hasil analisis yang telah dibuat.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab 4 menjelaskan tentang implementasi dalam bahasa pemrograman yaitu implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan sistem kedepan.