

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT.CitraRaya Tangerang merupakan Pengembangan kota mandiri terbesar oleh Ciputra Group. Proyek terbesar Ciputra Group seluas 2,760 Hektar (Ha) ini merangkum hunian, komersil dan fasilitas umum yang lengkap dan modern. Perumahan CitraRaya merupakan pengembangan skala kota mandiri terbesar dari Ciputra Group sudah berdiri dari tahun 1994 dan menjadi pusat bisnis yang kuat di Tangerang karena perumahan CitraRaya terintegrasi dengan 592 perusahaan dengan total 240.820 tenaga kerja (Bitung, Jatake, Cikupa, Balaraja). CitraRaya Tangerang juga dilengkapi dengan fasilitas kesehatan, sosial, pendidikan, transport, retail, hiburan, sport club, dan agama untuk menunjang kebutuhan warga baik di dalam atau di luar CitraRaya Tangerang. Dikembangkan dengan menggunakan konsep EcoCulture yang sudah diluncurkan mulai dari 2011.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sugeng selaku bagian Marketing CitraRaya telah mengatakan dalam melakukan promosi setiap satu bulan sekali melakukan periklanan, bulan pertama melakukan pembagian brosur , bulan berikutnya melakukan pembagian pamflet, dan bulan berikutnya melakukan pembuatan banner. Namun hal tersebut masih kurang memenuhi target pendapatan perusahaan yang tidak memenuhi target perbulannya, untuk target perbulannya 5-10%. Tetapi berdasarkan hasil laporan jumlah pendapatan PT.CitraRaya mulai dari Mei 2019 sampai Mei 2020 hanya mendapatkan keuntungan 2% saja. Diperlukan melakukan promosi yang lebih optimal agar bisa memenuhi target pendapatan perusahaan ini, karena cara promosi kedua tersebut diduga masih kurang tepat.

Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, human dan publisitas, alat-alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Untuk menentukan bauran promosi mana yang tepat untuk digunakan menggunakan metode topsis. Metode topsis memiliki prinsip dasar yaitu bahwa

alternatif yang terpilih haruslah memiliki jarak terdekat dari solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Tujuan penerapan metode topsis adalah mengambil keputusan alternatif strategi pemasaran terbaik dan ideal sesuai dengan tujuan pemasaran yang diinginkan oleh perusahaan.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dijelaskan, maka PT.CitraRaya diperlukan suatu sistem informasi untuk menentukan strategi promosi penjualan yang lebih efektif lagi agar pendapatan perusahaannya sesuai dari target yang diharapkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, bagaimana cara membuat Sebuah Sistem Informasi Penentuan Strategi Promosi di PT.CitraRaya.

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud

Maksud dari penelitian ini untuk membangun sebuah Sistem Informasi Penentuan Strategi Promosi Dengan Pendekatan CRM.

1.3.2 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari Sistem Informasi Penentuan Strategi Dengan Pendekatan CRM agar memudahkan bagian Marketing dalam menentukan strategi promosi yang tepat.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup pekerjaan yang dilaksanakan sebagai berikut :

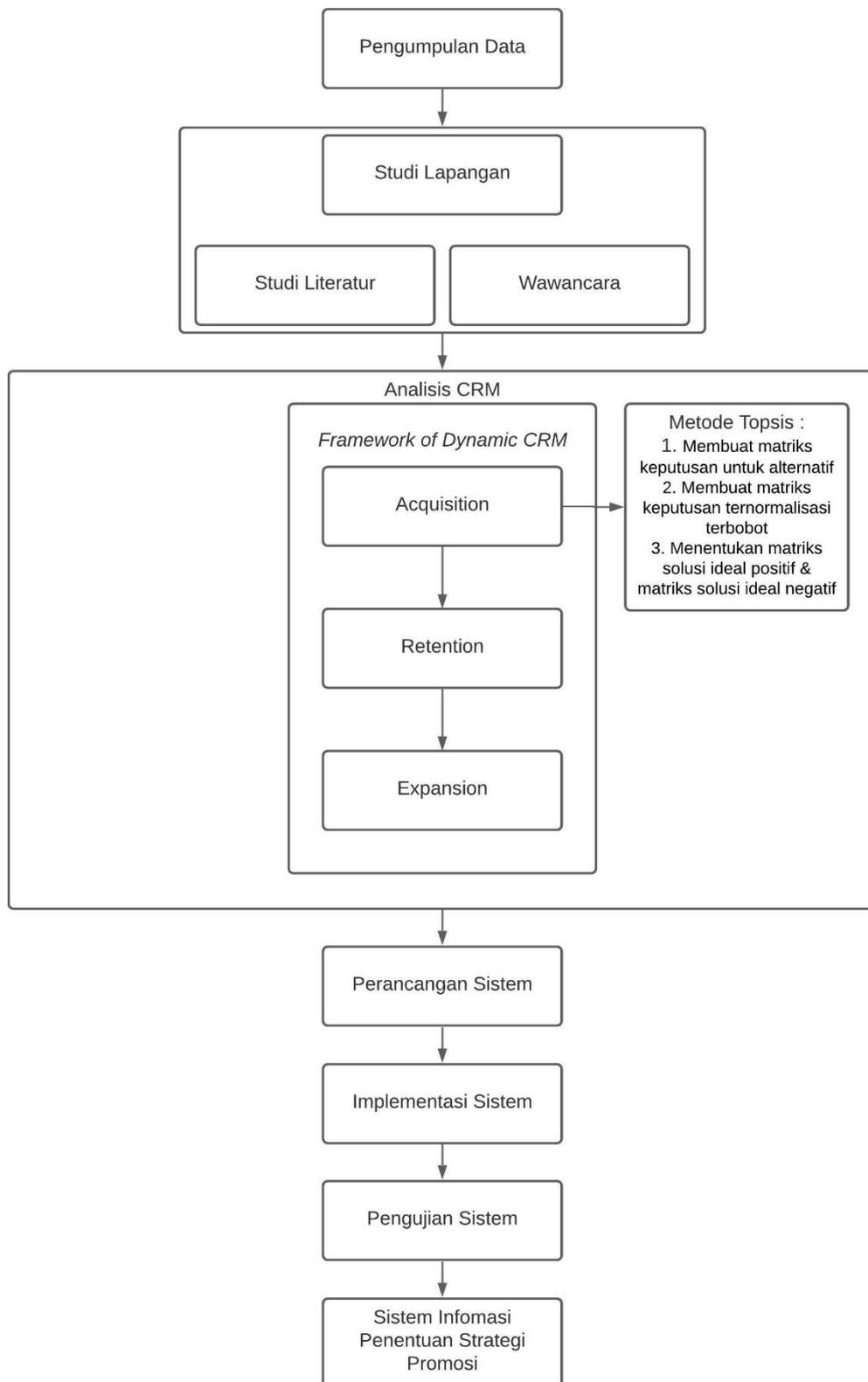
1. Data – data yang digunakan dalam penelitian ini data penjualan pada tahun 2020.
2. Untuk menentukan bauran promosi menggunakan Metode Topsis.
3. Model analisis perangkat lunak yang digunakan adalah pemodelan terstruktur meliputi Flowmap untuk menggambarkan aliran prosedur yang

terlibat, Entity Relationship Diagram (ERD) untuk menggambarkan hubungan-hubungan struktur objek data, dan Data Flow Diagram (DFD) untuk menggambarkan model yang digunakan pada suatu sistem yang dihubungkan satu sama lain.

4. Bahasa pemrograman yang digunakan HTML, PHP, CSS dan Java Script.
5. Hasil keluaran sistem ini berupa informasi penentuan strategi promosi.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini ada beberapa tahap dalam pembuatannya, tahapan seperti yang digambarkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

a. Studi Lapangan

Studi ini dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang akan diteliti dan melakukan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung.

b. Studi Literatur

Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan literatur, jurnal, paper dan bacaan – bacaan yang ada kaitannya dengan judul penelitian.

c. Wawancara

Salah satu cara mengumpulkan data dengan cara melakukan sesi tanya jawab secara langsung dengan narasumber atau pihak instansi terkait dengan penelitian.

d. Perancangan Sistem

Menentukan kebutuhan fungsional dan non fungsional untuk sistem yang akan dibangun.

e. Implementasi Sistem

Sistem informasi akan dibuat menggunakan bahasa pemrograman HTML, PHP, CSS, dan JavaScript.

f. Pengujian Sistem

Untuk mengetahui berbagai keasalahan bug atau error yang telah dibangun agar dapat berjalan lancar.

g. Sistem Informasi Penentuan Strategi Promosi

Sistem yang sudah dibangun dapat digunakan oleh perusahaan yang bisa digunakan untuk menentukan strategi promosi.

1.6 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di PT.CitraRaya Jl. Citra Raya Boulevard Tangerang.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dipakai dalam penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, tempat penelitian, dan sistematika penelitian yang akan dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai profil PT.CitraRaya, sejarah, struktur organisasi dan uraian tugasnya, landasan teori yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang data-data yang digunakan dalam penelitian yang meliputi analisis masalah, deskripsi sistem yang akan dibangun, permodelannya, hingga perancangan sistem.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas implementasi dalam bahasa pemrograman, yaitu implementasi kebutuhan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahapan pengujian sistem.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutupan dari hasil penyusunan laporan penelitian yang berisi kesimpulan dari pembuatan laporan dan saran pengembangan untuk sistem informasi manajemen produksi produk di PT.CitraRaya.