

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Gapura Rahayu adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang properti yang beralamat di Perumahan Rahayu Residence Blok Ruko No. 1 Jl. Lingkungan Cantilan, Kel. Kagungan, Kec Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Rahayu Residence adalah perumahan bergaya mediteranian yaitu perumahan kelas menengah ke atas yang di prakarsai oleh PT. Gapura Rahayu. Perusahaan yang didirikan pada bulan Januari tahun 2011 ini, merupakan badan usaha berpengalaman yang mengerjakan proyek nasional.

Peran penting sistem informasi manajemen pemasaran yaitu mendukung operasi pemasaran mulai dari akuntansi sampai dengan penelusuran pesanan pelanggan, sistem informasi menyediakan dukungan bagi manajemen dalam operasi atau kegiatan pemasaran sehari-hari. Ketika tanggapan atau respon yang cepat menjadi penting, maka kemampuan sistem informasi untuk dapat mengumpulkan dan mengintegrasikan informasi ke berbagai fungsi menjadi penting. Mendukung pengambilan keputusan *managerial*, sistem informasi dapat mengkombinasikan informasi untuk membantu manager menjalankan pemasaran dengan lebih baik, informasi yang sama dapat membantu para manajer mengidentifikasi kecenderungan dan untuk mengevaluasi hasil dari keputusan sebelumnya. Sistem informasi akan membantu para manajer membuat keputusan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih bermakna. Mendukung keunggulan strategis, Sistem informasi yang dirancang untuk membantu pencapaian sasaran strategis perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing di pasar [1].

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andre selaku manajer pemasaran di PT. Gapura Rahayu, Perumahan Rahayu Residence merupakan *cluster* hunian modern yang mengusung konsep rumah modern bergaya minimalis. Berdasarkan data produk dan penjualan yang didapat dari bulan Juni 2020 sampai Mei 2021, perumahan ini memiliki 2 model produk utama antara lain

produk 1 lantai ialah tipe sadewa 48/84 serta tipe 40/72 dan produk 2 lantai ialah tipe abimanyu 103/150 serta tipe bima 72/127. Kegiatan pemasaran yang sedang berjalan saat ini yaitu bagian pemasaran melakukan perancangan produk yang akan dipasarkan, lalu melakukan riset pemasaran mengenai pangsa pasar untuk perumahan cluster ini. Sebelum produk dipasarkan, bagian pemasaran menentukan harga yang sesuai target pasar yaitu untuk masyarakat kelas menengah ke atas yang berusia antara 25-40 tahun. Setelah itu menentukan media pemasaran yang sesuai berdasarkan trend yang sedang berjalan saat ini dan dilakukan promosi pada produk yang akan dipasarkan melalui media pemasaran online seperti Instagram, Facebook, Rumah123 dan website lainnya. Selain itu promosi juga dilakukan melalui media pemasaran offline seperti Billboard, Brosur, Pameran dan Koran.

Dampak yang dialami perusahaan dari pemasaran yang sedang berjalan saat ini adalah apabila promosi pada media pemasaran tidak tepat sasaran, maka perusahaan mengalami kerugian pada biaya pemasaran dikarenakan biaya pemasaran masih digunakan ke semua media pemasaran online ataupun offline yang tidak semua tepat sasaran. Sedangkan pihak perusahaan ingin memfokuskan biaya pemasaran ke media pemasaran yang paling sering menjual produknya. Perusahaan dapat menilai media pemasaran yang tepat sasaran apabila produk perusahaan pernah terjual minimal satu kali pada media pemasaran tersebut. Masalah lainnya, Manajer pemasaran mengalami kesulitan dalam menentukan media pemasaran yang akan digunakan di perusahaan pada bulan berikutnya berdasarkan analisa data pemasaran bulan sebelumnya.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah disampaikan, maka peneliti bermaksud membuat sistem informasi manajemen pemasaran untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi di PT. Gapura Rahayu dengan menggunakan metode PDCA dan untuk menganalisa media pemasaran menggunakan metode statistik deskriptif. Metode ini diharapkan dapat membantu manajer pemasaran dalam menganalisa data pemasaran bulan sebelumnya untuk menentukan media pemasaran yang akan digunakan pada bulan berikutnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yang di dapat adalah Manajer pemasaran mengalami kesulitan dalam menentukan media pemasaran yang akan digunakan di perusahaan pada bulan berikutnya berdasarkan data pemasaran bulan sebelumnya.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun sistem informasi manajemen pemasaran di PT. Gapura Rahayu. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari sistem yang dibangun adalah Membantu Manajer Pemasaran dalam menentukan media pemasaran yang akan digunakan di perusahaan pada bulan berikutnya berdasarkan hasil analisa data pemasaran pada bulan sebelumnya.

1.4 Batasan Masalah

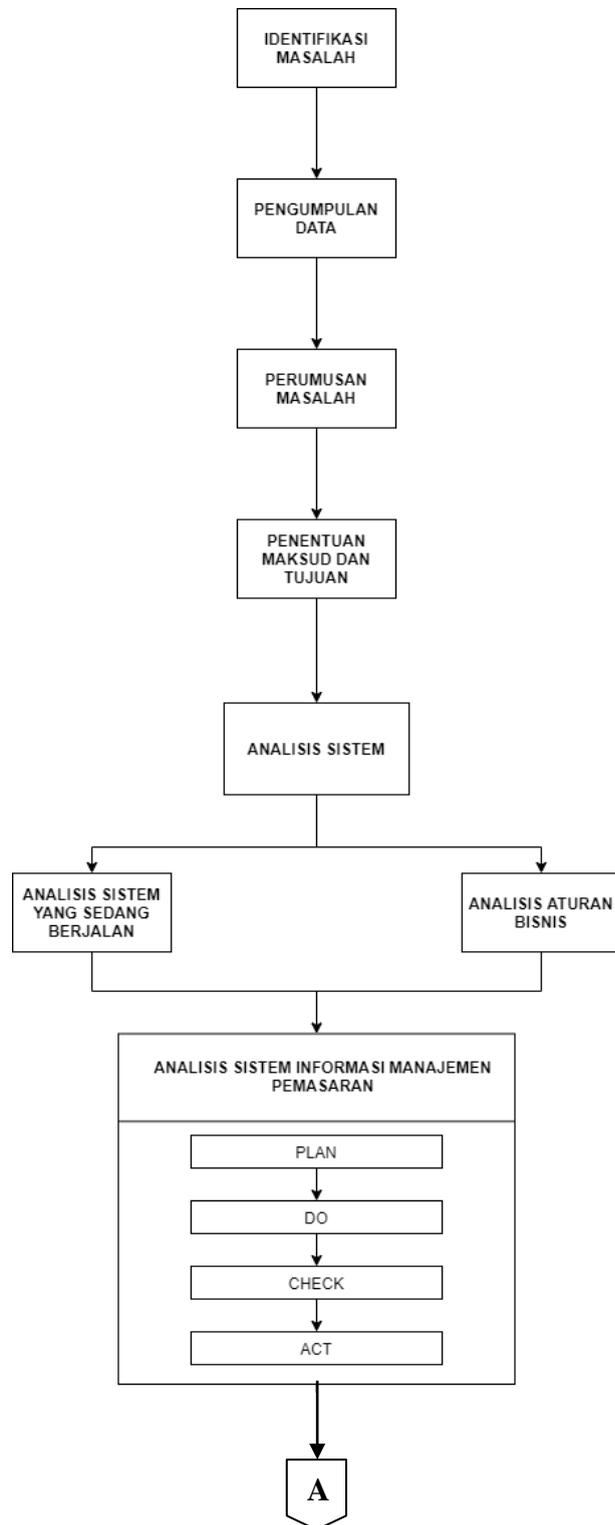
Dalam pembangunan sistem informasi manajemen pemasaran ini dibuat batasan masalah sebagai :

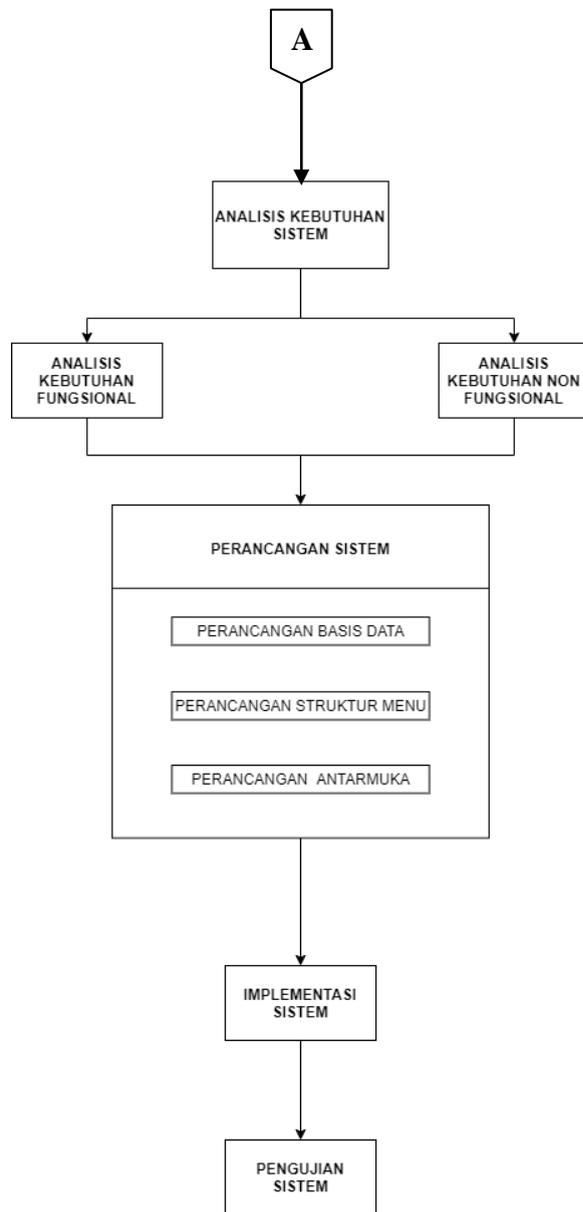
1. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data produk, data penjualan dan data konsumen perumahan dari bulan Juni 2020 sampai bulan Mei 2021
2. Data media pemasaran yang digunakan adalah daftar list media pemasaran yang digunakan perusahaan sebagai media promosi
3. Perumahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perumahan Rahayu Residence
4. Metode yang digunakan untuk membangun Sistem Informasi Manajemen Pemasaran ini adalah metode P.D.C.A yaitu *plan, do, check* dan *act*

5. Model data pembangunan sistem ini menggunakan *Entity Relational Diagram (ERD)*
6. Model analisis dan perancangan pada pembangunan sistem ini adalah analisis dan perancangan berbasis struktur dengan menggunakan *Data Flow Diagram (DFD)*
7. Program diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman PHP
8. *Data Base Management System (DBMS)* yang digunakan MySQL

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Adapun tahapan-tahapan yang digunakan pada penelitian yang berjudul Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT. Gapura Rahayu dapat dilihat pada Gambar 1.1.





Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

Berdasarkan Gambar 1.1 Metodologi penelitian keterangan alur penelitian sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Tahap ini merupakan tahap awal dalam proses penelitian, dimana peneliti mengidentifikasi masalah yang ada di PT. Gapura Rahayu

2. Pengumpulan data

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data menggunakan metode sebagai berikut :

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan secara langsung ke tempat penelitian.

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan Pak Andre selaku bagian marketing PT. Gapura Rahayu agar mendapat gambaran mengenai proses pemasaran yang sedang berjalan dan sistem yang akan dibangun.

c. Studi Literatur

Peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan mempelajari buku, jurnal, internet, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

3. Perumusan Masalah

Pada tahap ini peneliti membuat rumusan masalah sesuai dengan masalah yang terjadi di PT. Gapura Rahayu.

4. Maksud dan Tujuan

Pada tahap ini peneliti membuat maksud dan tujuan penelitian berdasarkan hasil dari perumusan masalah sehingga dapat bermanfaat bagi PT. Gapura Rahayu.

5. Analisis Sistem Yang Berjalan

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis terhadap sistem yang sedang berjalan di PT. Gapura Rahayu yang akan berkaitan dengan sistem yang akan dibangun.

6. Analisis Aturan Bisnis

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis terhadap aturan bisnis yang merupakan suatu identifikasi dan pencatatan terhadap aturan-aturan yang berlaku di lingkungan sistem.

7. Analisis Sistem Informasi Manajemen Pemasaran

Pada tahap ini peneliti melakukan metode P.D.C.A untuk mengetahui siklus yang digunakan oleh bagian pemasaran untuk penyelesaian masalah dalam proses bisnis yang dilakukan dan analisis ini bertujuan untuk mempermudah dalam melakukan tahapan analisis selanjutnya.

8. Analisis Kebutuhan sistem

Pada tahap ini menganalisis kebutuhan apa saja yang mendukung untuk pembangunan sistem, yaitu :

a. Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional peneliti akan menganalisis rancangan sistem yang akan dibangun, diantaranya Analisis Basis Data, Entity Relationship Diagram, Diagram Konteks, Data Flow Diagram, dan Spesifikasi Proses.

b. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

Analisis Kebutuhan non Fungsional terbagi menjadi beberapa analisis diantaranya, Analisis perangkat keras, Analisis perangkat lunak, dan Melakukan pengujian terhadap sistem informasi yang telah dibangun.

9. Perancangan Sistem

Tahapan perancangan sistem dilakukan untuk menggambarkan hasil dari analisis sistem. Adapun kegiatan-kegiatan dalam perencanaan sistem, yaitu:

a. Perancangan Basis Data

Tahapan ini peneliti melakukan rancangan database dimana setiap tabelnya berelasi satu sama lain

b. Perancangan Struktur Menu

Tahapan ini peneliti melakukan rancangan struktur menu yang akan digunakan pada Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT.

Gapura Rahayu

c. Perancangan Antarmuka

Tahapan ini peneliti melakukan rancangan / mock up tampilan yang akan digunakan pada Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT.

Gapura Rahayu.

10. Implementasi Sistem

Tahapan ini merupakan tahap dimana sistem yang telah dirancang akan diimplementasikan yang diharapkan dapat digunakan secara optimal dan sesuai dengan kebutuhan. Adapun kegiatan-kegiatan dalam proses implementasi yaitu:

a. Implementasi Basis Data

b. Implementasi Struktur Menu

c. Implementasi Antarmuka

11. Pengujian Sistem

Pada Tahap ini peneliti melakukan pengujian terhadap sistem yang telah dibangun sebelumnya. Pengujian sistem yang dilakukan yaitu pengujian alpha dan pengujian beta. Berikut adalah penjelasan dari setiap pengujian yang dilakukan:

a. Pengujian Alpha

Peneliti dalam melakukan pengujian alpha dilakukan dengan menggunakan metode pengujian black box. Pengujian black box

berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak yang akan disajikan pada tabel.

b. Pengujian Beta

Peneliti dalam melakukan pengujian beta, melakukan pengujian langsung di tempat penelitian dengan menggunakan teknik wawancara. Pengujian ini dilakukan di PT. Gapura Rahayu.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam pembuatan laporan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai profil PT.Gapura Rahayu, sejarah, struktur organisasi, landasan teori dan berbagai konsep dasar serta teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan dan hal-hal yang berguna dalam proses analisis permasalahan serta tinjauan terhadap penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang analisis sistem, analisis pengguna, analisis pemecahan masalah, analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional, serta perancangan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT. Gapura Rahayu.

BAB IV IMPELEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas implementasi serta penjelasan sistem yang telah dibangun dan pengujian sistem yang digunakan terhadap Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT. Gapura Rahayu.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini membahas kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian tugas akhir yang telah dilakukan. Penarikan kesimpulan diperoleh dengan cara membandingkan kinerja sistem sebelum dan sesudah diterapkannya sistem, serta saran yang dapat diberikan guna pengembangan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT. Gapura Rahayu di masa yang akan datang.