BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi telah berkembang dengan sangat cepat dan pesat, khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian maju, beberapa tahun terakhir tengah marak dengan perangkat bergerak atau *mobile device*. Salah satu perangkat *mobile* yang paling pesat perkembangannya ialah *smartphone*. *Smartphone* atau telepon pintar adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan definisi telepon pintar. Bagi beberapa orang, *smartphone* merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh piranti lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, *smartphone* hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surat elektronik (*email*), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book)*. Dengan kata lain, *smartphone* merupakan komputer mini yang mempunyai kapabilitas sebuah telepon. Hal ini tidak terlepas dari penggunaan sistem operasi pada sebuah *smartphone*, salah satu sistem operasi yang paling pesat perkembangannya ialah Android. Android adalah sebuah sistem operasi untuk perangkat mobile berbasis linux yang mencakup sistem operasi, *middleware* dan aplikasi. Terbukti

dengan hampir semua vendor-vendor *smartphone* sudah memproduksi *smartphone* berbasis Android. Dengan hadirnya *smartphone* berbasis Android, banyak aplikasi yang diciptakan oleh para *developer program* baik aplikasi yang diperuntukan perorangan atau pun untuk kepentingan perusahaan sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi.

(Sumber : *Billy Chrisnada, pengenalan komputer 2012*)

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor, yang sahamnya secara mayoritas dimiliki oleh PT Astra International. Saat itu, PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (completely knock down).

Tipe sepeda motor yang pertama kali di produksi Honda adalah tipe bisnis, S 90 Z bermesin 4 tak dengan kapasitas 90cc. Jumlah produksi pada tahun pertama selama satu tahun hanya 1500 unit, namun melonjak menjadi sekitar 30 ribu pada tahun dan terus berkembang hingga saat ini. Sepeda motor terus berkembang dan menjadi salah satu moda transportasi andalan di Indonesia. Kebijakan pemerintah dalam hal lokalisasi komponen otomotif mendorong PT Federal Motor memproduksi berbagai komponen sepeda motor Honda tahun 2001 di dalam negeri melalui beberapa anak perusahaan, diantaranya PT Honda Federal (1974) yang memproduksi komponen-komponen dasar sepeda motor Honda seperti rangka, roda, knalpot dan sebagainya, PT Showa Manufacturing Indonesia (1979) yang khusus memproduksi

peredam kejut, PT Honda Astra Engine Manufacturing (1984) yang memproduksi mesin sepeda motor serta PT Federal Izumi Mfg.(1990) yang khusus memproduksi piston.

Saat ini PT Astra Honda Motor memiliki 3 fasilitas pabrik perakitan, pabrik pertama berlokasi Sunter, Jakarta Utara yang juga berfungsi sebagai kantor pusat. Pabrik ke dua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, serta pabrik ke 3 yang sekaligus pabrik paling mutakhir berlokasi di kawasan MM 2100 Cikarang Barat, Bekasi. Pabrik ke 3 ini merupakan fasilitas pabrik perakitan terbaru yang mulai beroperasi sejak tahun 2005.

Dengan keseluruhan fasilitas ini PT Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi 4.2 juta unit sepeda motor per-tahunnya, untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang terus meningkat. Salah satu puncak prestasi yang berhasil diraih PT Astra Honda Motor adalah pencapaian produksi ke 20 juta pada tahun 2007. Prestasi ini merupakan prestasi pertama yang yang berhasil diraih oleh industri sepeda motor di Indonesia bahkan untuk tingkat ASEAN. Secara dunia pencapaian produksi sepeda motor Honda 20 juta unit adalah yang ke tiga, setelah pabrik sepeda motor Honda di Cina dan India.

Guna menunjang kebutuhan serta kepuasan pelanggan sepeda motor Honda, saat PT Astra Honda Motor di dukung oleh 1.600 showroom dealer penjualan yang diberi kode H1, 3.800 layanan service atau bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) dengan kode H2, serta 6.500 gerai suku cadang atau H, yang siap melayani jutaan penggunaan sepeda motor Honda di seluruh Indonesia.

(Sumber : *http://www.astra-honda.com/index.php/about*)

Namun perkembangan bengkel AHASS dalam hal penyampaian Informasi lokasi, *service* suku cadang, promosi dan prodak tidak diiringi oleh perkembangan teknologi informasi, Oleh Karena itu penulis melakukan penelitian di PT. Anugrah Mandiri Motor yang berada di kota Bandung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti melihat bahwa mayoritas konsumen yang datang ke bengkel AHASS cenderung tidak mengetahui informasi lokasi bengkel AHASS yang ada di sekitar mereka dan informasi *service* dengan harga suku cadang yang konsumen butuhkan, belum lagi mayoritas konsumen tidak mengetahui promosi yang dilakukan pada bengkel AHASS tersebut dan produk kendaraan apa saja yang PT. Astra Honda Motor luncurkan pada saat ini.

Oleh karena itu peneliti merancang aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service* suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS yang merupakan aplikasi berbasis *client server* dengan sistem operasi Android. Dimana konsumen sebagai *client* mendapatkan informasi lokasi bengkel, kategori *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS melalui perangkat *mobile* berbasis Android dan bengkel AHASS sebagai server yang menyediakan informasi untuk konsumen. Aplikasi yang dirancang akan dapat membantu konsumen mencari informasi lokasi bengkel AHASS yang ada d sekitar konsumen, mengetahui kategori *service*, harga suku cadang, memberikan informasi promosi yang sedang berjalan di suatu bengkel AHASS dan produk terbaru yang dikeluarkan oleh PT. Astra Honda Motor.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memandang perlu dilakukan penelitian mengenai pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk, kedalam suatu karya ilmiah dengan judul ***"Perancangan Aplikasi Pencarian Lokasi Bengkel AHASS Berbasis Mobile Di Kota Bandung".*** Penulis akan berusaha semaksimal mungkin agar sistem pencarian informasi ini menjadi lebih efektif dan efisien.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang timbul sehingga peneliti merancang aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS, diantaranya ialah :

1. Informasi lokasi suatu bengkel AHASS disampaikan kurang efektif kepada konsumen, sehingga mayoritas konsumen kurang mengetahui detail lokasi suatu bengkel dan detail AHASS tersebut.
2. Informasi mengenai kategori *service* tidak disampaikan kepada konsumen bahwa *service* itu terdiri dari *service* apa saja, sehingga konsumen tidak tahu tentang kategori *service* tersebut.
3. Informasi suku cadang yang dijual pada suatu bengkel AHASS disampaikan kepada konsumen dengan kurang efektif dan efisien, karena jika konsumen ingin tahu mengenai informasi suku cadang yang dijual, konsumen harus menanyakan harga suku cadang pada admin, sehingga mayoritas konsumen

tidak mengetahui pasti informasi harga suku cadang yang dijual pada suatu bengkel AHASS tersebut jika konsumen tidak menanyakan pada admin.

4. Promosi yang dilakukan pada suatu bengkel AHASS masih kurang efektif dan efisien, karena promosi masih dilakukan dengan memasang spanduk promosi hanya disekitar bengkel atau dengan selembaran promosi sehingga mayoritas konsumen tidak mengetahui promosi yang ada pada suatu bengkel AHASS.
5. Informasi produk kendaraan yang dijual pada suatu bengkel AHASS disampaikan kepada konsumen dengan kurang efektif dan efisien, karena informasi produk masih berupa catalog produk ataupun dengan cara konsumen menanyakan harga produk dan spesifikasi pada supervisor, sehingga mayoritas konsumen tidak mengetahui pasti informasi harga produk dan spesifikasi produk yang dijual pada suatu Dealer (bengkel AHASS) tersebut.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana informasi lokasi suatu bengkel AHASS disampaikan kepada konsumen.
2. Bagaimana informasi kategori *service* dan harga *service* yang diterapkan dapat disampaikan kepada konsumen.
3. Bagaimana informasi harga suku cadang yang dijual pada suatu bengkel AHASS disampaikan kepada konsumen.

4. Bagaimana promosi yang dilakukan pada suatu bengkel AHASS dapat diketahui oleh konsumen.
5. Bagaimana informasi produk yang dijual pada bengkel AHASS dapat diketahui oleh konsumen.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini ialah untuk membangun aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS, guna meningkatkan jumlah konsumen dan penjualan pada suatu bengkel AHASS dan disisi lain aplikasi dapat bermanfaat bagi konsumen sebagai media pemenuh kebutuhan informasi.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui informasi lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada suatu bengkel AHASS disampaikan kepada konsumen.
2. Untuk membuat perancangan aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS.
3. Untuk mengetahui implementasi aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS.
4. Untuk mengetahui analisis dan pengujian aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen, penjualan, ataupun melakukan promosi pada suatu bengkel AHASS.

2. Bagi Konsumen

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen yang menggunakan *mobile device* dengan sistem operasi Android sebagai aplikasi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS, agar konsumen dapat mengetahui informasi lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS dengan cepat, tepat dan akurat.

1.4.2. Kegunaan Akademis

1. Bagi Pengembangan Ilmu

   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi perbandingan antara ilmu Sistem Informasi (teori) dan dengan keadaan yang langsung dilapangan (praktek). Sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih memajukan ilmu Sistem Informasi untuk diterapkan pada dunia nyata dan dapat menguntungkan berbagai pihak.

2. Bagi Peneliti Lain

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran kepada peneliti lain atau para akademis yang akan mengambil skripsi atau tugas akhir dalam kajian yang sama sekaligus sebagai referensi didalam penulisan.

3. Bagi Peneliti

   Berguna dalam menambah atau memperkaya wawasan pengetahuan baik teori maupun praktek, belajar menganalisa dan melatih daya fikir dalam mengambil kesimpulan atas permasalahan yang ada didalam perusahaan, khususnya pada bengkel AHASS.

1.5. Batasan Masalah

Adapun masalah yang penulis batasi dalam perancangan aplikasi pencarian informasi lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS ini diantaranya:

1. Perancangan aplikasi hanya meliputi pencarian lokasi bengkel, *service*, suku cadang, promosi dan produk pada bengkel AHASS pada PT. Anugrah Mandiri Motor yang berada di daerah kota Bandung saja.
2. Aplikasi yang dibangun hanya dapat digunakan oleh yang menggunakan *smartphone* dengan sistem operasi android.
3. Aplikasi yang dibangun hanya pada sisi *client* dan *web service* saja, tidak meliputi aplikasi *server*.
4. Data yang diinput kedalam database *server* hanya berupa sampel lokasi, *service*, suku cadang, promosi dan produk.

5. Data suku cadang dan produk hanya berupa informasi gambar dan harga, bukan merupakan persedian barang di setiap AHASS.
6. Dalam penelitian ini bengkel AHASS yang diambil sampel hanya bengkel AHASS cabang dari PT. Anugrah Mandiri Motor.

1.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Adapun lokasi penelitian dimana penulis melakukan penelitian yaitu di PT. Anugrah Mandiri Motor Jl. Raya Cibiru No.139F, Bandung.

1.6.1. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian seperti dibawah ini :

Tabel 1.1

Kegiatan Penelitian (2013)

No	Aktifitas	Waktu																							
		2013																							
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Usulan Penelitian																								
2	Pengumpulan Data																								
3	Perancangan Model																								
4	Identifikasi Kebutuhan User																								
5	Membuat Prototype																								
6	Menguji Prototype																								
7	Memperbaiki Prototype																								
8	Mengembangkan Versi																								
9	Implementasi																								
10	Evaluasi																								
11	Penyusunan Laporan																								