BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mochi Bakat Jaya merupakan salah satu usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang bergerak dibidang makanan ringan yaitu mochi. Mochi Bakat Jaya beralamat di jalan bhayangkara gang kaswari no. 124 kota Sukabumi. Mochi Bakat Jaya memiliki produk dengan jenis kemasan dus dan keranjang (lampiran D-5). Untuk mochi dengan kemasan dus terdapat berbagai varian rasa, yaitu mochi keju, mochi coklat, mochi green tea, mochi wijen, mochi kacang merah, mochi kacang ijo, mochi kopi, dan mochi oreo. Sedangkan mochi dengan kemasan keranjang memiliki berbagai varian rasa yaitu mochi strwberry, mochi durian, mochi mocha, mochi pandan, mochi blueberry dan mochi pisang ambon.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Ujang Sukarya, pemilik Mochi Bakat Jaya, diketahui bahwa saat ini perusahaan memiliki sekitar 100 pelanggan (lampiran D-2). Saat ini perusahaan berkeinginan mengembangkan bisnis dengan meningkatkan pangsa pasar di Kecamatan Baros, Cibeureum, Cikole, Citamiang, Gunungpuyuh, Lembursitu dan Warudoyong yang berada di kota Sukabumi. Pangsa pasar adalah bagian pasar yang mampu dikuasai oleh suatu perusahaan yang mencerminkan golongan konsumen menurut ciri khasnya.

Dalam upaya meningkatkan pangsa pasar, Mochi Bakat Jaya menggunakan brosur untuk mendapatkan pelanggan baru. Akan tetapi, cara tersebut masih dinilai belum efektif karena tidak adanya batasan untuk menentukan target pelanggan dan membutuhkan biaya yang lebih, sehingga pihak mochi bakat jaya akan melakukan analisis pangsa pasar guna meningkatkan pangsa pasar. Hasil analisis pangsa pasar berupa informasi daerah kecamatan yang memiliki jumlah pelanggan terkecil, setelah itu pihak mochi bakat jaya kan membuka stan untuk berjualan di daerah tersebut.

Berdasarkan laporan penjualan tahunan pada tahun 2014 hingga 2016 (lampiran D-6), diketahui bahwa penjualan mochi di Mochi Bakat Jaya selalu mengalami penurunan(lampiran D-12). Bapak Ujang Sukarya juga menyampaikan

salah satu penyebab menurunnya penjualan di Mochi Bakat Jaya adalah karena kurangnya inovasi produk mochi. Salah satu penyebab pihak Mochi Bakat Jaya tidak melakukan inovasi adalah karena khawatir apabila produk baru tersebut tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga pemilik menginginkan adanya penerapan strategi penentuan produk yang melibatkan pelanggan.

Guna menyelesaikan permasalahan tersebut dibutuhkan suatu pendekatan Customer Relationship Management (CRM). Customer Relationship Management (CRM) adalah infrastruktur yang memungkinkan penggambaran dari peningkatan nilai pelanggan, dan sarana yang benar yang digunakan untuk memotivasi pelanggan yang berharga untuk tetap setia membeli lagi. [1]

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Mochi Bakat Jaya memerlukan cara untuk menerapkan metode yang dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar khususnya dalam mendapatkan pelanggan baru dan dalam menentukan produk baru. Maka penulis tertarik untuk membahas nya dalam skripsi dengan judul "Analisis Pangsa Pasar dan Penentuan Produk di Mochi Bakat Jaya Dengan Pendekatan *Customer Relationship Management*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang terjadi di Mochi Bakat Jaya yaitu bagaimana memudahkan pihak mochi bakat jaya dalam menganalisis pangsa pasar dan menerapkan strategi penentuan produk baru.

1.3 Maksud dan Tujuan

Berdasarkan penelitian yang dibahas, maka maksud dari penulisan tugas akhir ini yaitu Anlisis Pangsa Pasar dan Penentuan Produk baru di Mochi Bakat Jaya dengan pendekatan *Customer Relationship Management*. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membantu pemilik Mochi Bakat Jaya dalam menganalisis pangsa pasar khususnya dalam meningkatkan pangsa pasar .
2. Membantu pemilik Mochi Bakat Jaya dalam menentukan produk baru yang akan diproduksi agar sesuai dengan keinginan pelanggan.

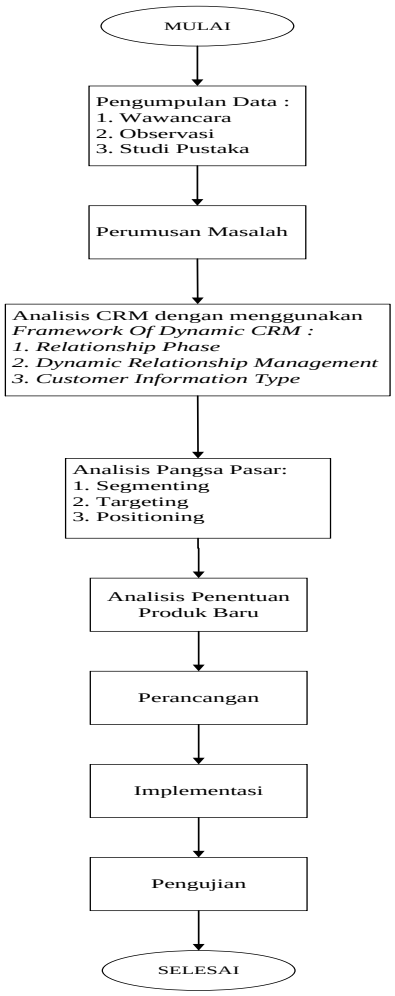
1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas, maka penulis hanya membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. *Customer Relationship Management* yang akan dibangun adalah berbasis *website* menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL.
2. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).
3. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Analitikal.
4. Framework CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM..
5. Data yang akan dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah data pelanggan(lampiran D-2) , data transaksi penjualan bulan desember(lampiran D-9), laporan penjualan tahunan(Lampiran D-7), dan data produk(lampiran D-6).
6. Data yang digunakan untuk analsis pangsa pasar adalah data Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi tahun 2015(lampiran D-13).
7. Analisis pangsa pasar dilihat dari sisi pelanggan.
8. Penentuan produk baru menggunakan *vote online*.

1.5 Metodologi Peneltian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Alur penelitian pembangunan CRM di Mochi Bakat Jaya terdapat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Alur Penelitian

Adapun penjelasan dari alur penelitian pada Gambar 1.1. adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

   Pada tahap pertama, pengumpulan data di Mochi Bakat Jaya dilakukan dengan cara:

   a. Wawancara

      Wawancara adalah tahap pengumpulan data dengan cata mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pemilik Mochi Bakat Jaya.

   b. Observasi

      Observasi adalah tahap pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap sistem yang sedang berjalan.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah referensi yang diperoleh dari sumber bacaan berupa dokumen tertulis maupun elektronik seperti: buku, jurnal dan tugas akhir.

2. Perumusan Masalah

Pada tahap ini merupakan pengkajian masalah-masalah yang ada di perusahaan berdasarkan hasil dari pengumpulan data.

3. Analisis CRM menggunakan menggunakan *Framework Of Dynamic* CRM

Pada tahap ini dilakukan analisis penerapan CRM dengan menggunakan *Framework of Dynamic*

4. Analisis Pangsa Pasar

Pada tahap ini akan dilakukan analisis pangsa pasar. Analisis pangsa pasar yang digunakan adalah menggunakan metode STP (*segmenting, targeting, positioning*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. *Segmenting*

Merupakan proses membagi pasar ke dalam sekelompok pelangan yang memiliki perilaku yang sama atau memiliki kebutuhan yang serupa.

b. *Targeting*

Merupakan tahapan untuk menentukan target pasar atau sasaran yang dituju.

c. *Positioning*

Suatu langkah dalam memperkenalkan produk kepada konsumen agar dapat menciptakan kesan-kesan tertentu di benak konsumen

5. Analisis Penetuan Produk Baru

Pada tahap ini akan dilakukan penetuan produk baru menggunakan *vote online* agar produk tersebut sesuai dengan keinginan pelanggan.

6. Perancangan

Pada tahap ini dilakukan perancangan kebutuhan yang diperlukan dalam pembangunan *Customer Relationship Management*.

7. Implementasi

Tahap ini adalah tahapan implementasi dari perancangan yang telah dibuat. Tahap ini merupakan tahap merubah rancangan yang dibuat ke dalam bahasa pemrograman untuk menghasilkan sebuah sistem CRM.

8. Pengujian

Pengujian sistem dilakukan setelah pembangunan sistem selesai, tahap ini dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun dan mengetahui kesalahan yang terdapat pada sistem.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan tugas akhir yang akan dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas uraian mengenai latar belakang masalah yang diambil, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai Mochi Bakat Jaya dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi Customer Relationship Management dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi analisis kebutuhan dalam membangun sistem informasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada sistem informasi 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 SISTEM

Bab ini membahas 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 membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.