BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rovell Digital Printing merupakan perusahaan yang bergerak di bidang digital printing. Didirikan sejak tahun 2005 yang beralamat di Kopo Mas Regency Blok K-58 Kel. Margasuka Kec. Babakan Ciparay Kota Bandung. Rovell Digital Printing melayani *print photo,* kartu nama, sepanduk, laser, uv *platbed printing*, *indoor digital printing*, *outdor digital printing*, *cutting sticker,* dll. Persaingan di dalam usaha digital printing saat ini sangat ketat dan pertumbuhannya sangat pesat. Memberikan layanan, inovasi dan kualitas terbaik bagi pelanggan adalah jalan keluar untuk meningkatkan daya saing di bidang usaha digital printing.

Berdasarkan hasil wawancara Andre sebagai Bag.Marketing di Rovell Digital Printing, saat ini perusahaan mempunyai keinginan memperluas daerah pemasaran jasa dan produk perusahaan di karenakan omset perusahaan yang sudah cukup memadai untuk membuat cabang baru, letak posisi perusahaan Rovell Digital Printing yang masih terletak di dalam kompleks perumahan ini tidak strategis dan membuat keuntungan perusahaan menjadi menurun sehingga membuat pelanggan kurang mengetahui letak Rovell Digital Printing dan membuat pelanggan menjadi tidak loyal kepada perusahaan, untuk itu perusahaan ingin membuka cabang baru agar meningkatkan strategi pemasaran jasa/produk lebih luas dan menarik minat pelanggan lebih banyak. Maka dari itu di Rovell Digital Printing akan melakukan pembukaan cabang baru yang posisinya strategis sehingga akan berdampak sangat baik pada perusahaan karena dilihat dari banyaknya pelanggan dan tingkat pembelian. Namun Bag.Marketing Rovell Digital Printing kesulitan dalam menentukan daerah mana yang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan berpotensi memperluas pemasaran jasa/produk sehingga dapat dibukanya cabang baru.

Menurut August Losch (dalam Sofa, 2008) “melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar)”. Losch mengatakan bahwa “lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari

tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal". Pemilihan lokasi menurut Buchari Alma (2003:105) memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa apabila Bag.Marketing salah menentukan daerah, maka akan berdampak langsung terhadap perusahaan baik secara jumlah pelanggan maupun terhadap keberhasilan dan kegagalan usaha Rovell Digital Printing dimasa yang akan datang.

Oleh karena itu perlu adanya analisis terhadap pasar sehingga Bag.Marketing dapat lebih mudah menentukan daerah yang memiliki potensi tinggi. Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para pelangganyanya sehingga dalam menghasilkan suatu jasa atau produk, perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu jasa atau produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing, tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan pelangganya.

Maka berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada pada saat ini di Rovell Digital Printing, maka dibutuhkannya suatu sistem yang dapat menganalisa pangsa pasar di tiap daerah, serta pembukaan cabang baru dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang ada adalah sebagai berikut :

Bag.Marketing merasa kesulitan dalam menentukan daerah mana yang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan berpotensi untuk dibukanya cabang baru.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah analisis strategi pemasaran dengan Customer Relationship Management di Rovell Digital Printing. Sedangkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

Membantu Bag.Marketing dalam menentukan daerah mana yang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan berpotensi untuk membuka cabang baru berdasarkan analisis pangsa pasar.

1.4 Batasan Masalah

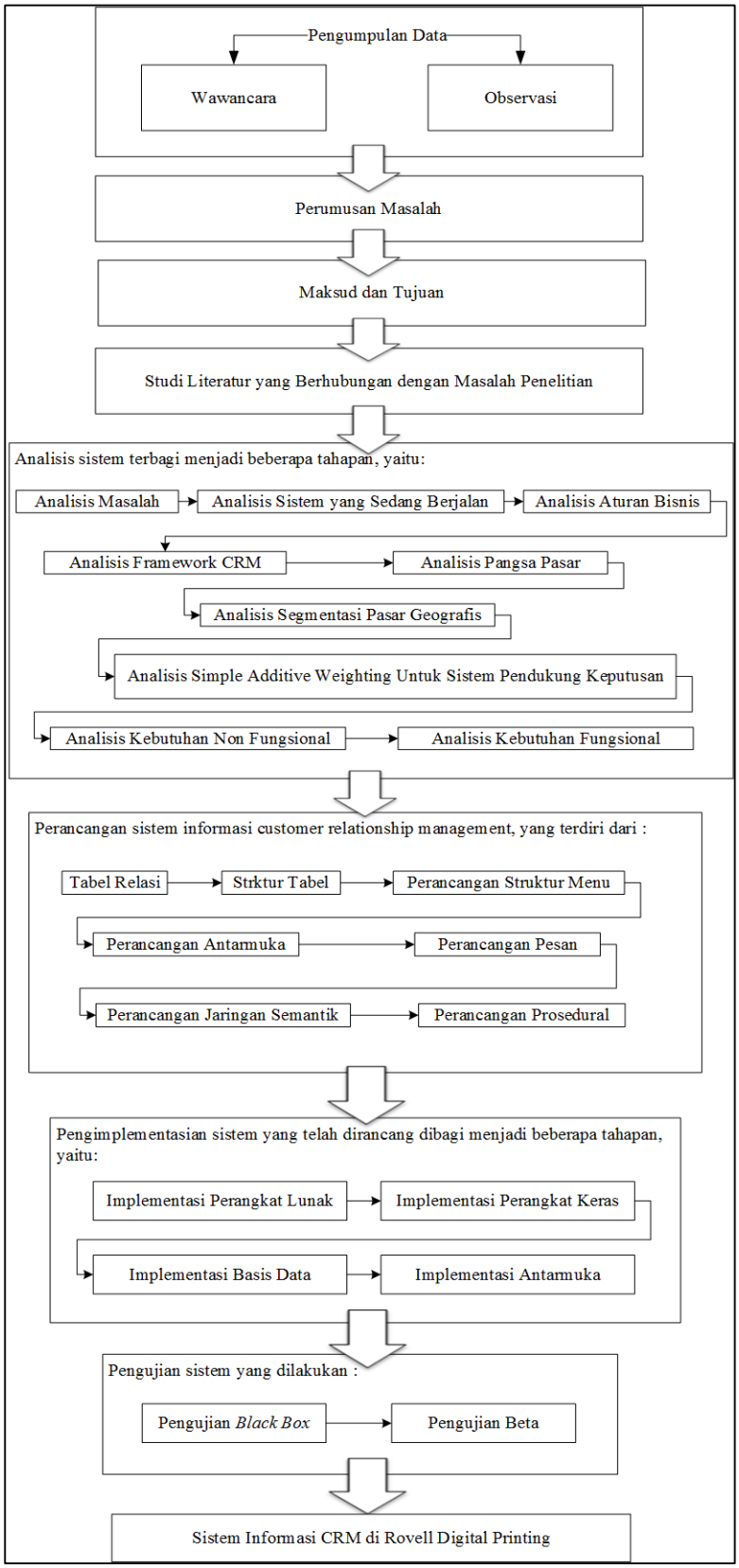
Adapun batasan-batasan masalah yang ada di dalam penelitian ini meliputi :

a. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemograman HTML, PHP Native, Bootsrap Framework untuk CSS, Java Script, dan Ajax.
b. *Data Base Management System* (DBMS) menggunakan MySQL.
c. Model proses yang digunakan adalah *structured programming*.
d. CRM yang dibangun adalah CRM jenis *Analytical*.
e. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM.
f. Analisis pangsa pasar hanya pada wilayah untuk penentuan pembukaan cabang baru, menggunakan segmentasi pasar geografis.
g. Wilayah pasar yang dianalisis adalah di wilayah Kota/Kab Provinsi Jawa Barat.
h. Tampilan pada peta menggunakan google *maps*.
i. Pengumpulan data penduduk ditiap wilayahnya berdasarkan Badan Pusat Statistika (BPS).
j. Metode sistem pendukung keputusan yang digunakan adalah *Simple Additive Weighting* (SAW).

1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dari suatu penelitian. Menurut Sutrisno Hadi, metode adalah suatu usaha untuk menemukan kebenaran, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, usaha yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah.

(Hadi, 1993:40). Metodologi penelitian yang dilakukan yaitu melalui beberapa tahap, berikut ini adalah gambar flowchart metologi penelitian Pembangunan Customer Relationship Management di Rovell Digital Printing dapat dillihat pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Alur Metodologi Penelitian

Berdasarkan pada gambar 1.1 alur penelitian Pembangunan Cusomer Relationship Management di Rovell Digital Printing yang dilakukan adalah :

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah tahap pertama, Pengumpulan data memiliki peran penting dalam metode ilmiah dan dilakukan untuk mendapatkan informasi melalui proses wawancara dan observasi kepada responden yaitu Bag.Marketing di Rovell Digital Printing yang terkait dengan penelitian.

2. Perumusan masalah

Pada tahap kedua, peneliti melakukan perumusan masalah. Tahapan ini sangat penting dilakukan agar rumusan masalah menjadi jelas karena berdasarkan fakta dan data yang ada di lapangan serta sebagai bentuk awal bahwa dalam penelitian ilmiah tersebut memang membutuhkan pemecahan masalah melalui penelitian. Rumusan pada penelitian ini adalah bagai mana membangun suatu Sistem Informasi Analisis Pangsa Pasar untuk Pembukaan Cabang Baru dengan Pendekatan (CRM) *Customer Relationship Management* di Rovell Digital Printing untuk membantu pihak Bag.Marketing.

3. Perumusan maksud dan tujuan penelitian

Tahapan ketiga adalah perumusan maksud dan tujuan penelitian berdasarkan hasil rumusan masalah. Sehingga tujuan ini menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

4. Studi Literatur

Pada tahap keempat, peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah customer relationship management yang dibahas dalam penelitian dengan mempelajari literatur-literatur baik cetak maupun elektronik dan juga menelaah dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

5. Analisis Masalah

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis masalah yang berasal dari identifikasi masalah yang terdapat pada perusahaan terkait dengan kesesuaian dalam pembangunan sistem. Analisis masalah merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dari hasil sebuah penelitian.

6. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan

Pada tahap selanjutnya, peneiliti melakukan analis pada sistem yang sedang berjalan di perusahaan atau tempat penelitiannya. Analisis sistem yang berjalan adalah gambaran atau pemodelan yang dilakukan peneliti untuk menjelaskan prosedur yang ada di perusahaan.

7. Analisis Aturan Bisnis

Pada tahap ini peneliti melakukan analisis aturan bisnis, analisis aturan bisnis adalah suatu pendeskripsian aturan-aturan yang terdapat di Rovell Digital Printing seperti kondisi, syarat dan ketentuan untuk pelanggan, dan aturan bisnis yang di usulkan.

8. Analisis Framework CRM

Proses selanjutnya adalah proses analisis framework CRM yang digunakan dalam aplikasi yang akan dibangun.

9. Analisis Pangsa Pasar

Analisis pangsa pasar adalah untuk mengetahui potensi pasar atau banyaknya pelanggan disetiap daerah terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

10. Analisis Segmentasi Pasar Geografis

Analisis segmentasi pasar geografis dilakukan untuk melihat dan menentukan indikator yang akan digunakan untuk menentukan wilayah mana yang berpotensi tinggi.

11. Analisis SAW (*Simple Additive Weighting*) Untuk Sistem Pendukung Keputusan

Tahap analisis SAW (*Simple Additive Weighting*) untuk sistem pendukung keputusan untuk menentukan atau rekomendasi daerah terhadap indikator yang diperoleh. Ada beberapa tahapan yang digunakan dalam analisis ini yaitu:

a. Menyediakan data yang akan dianalisis.
b. Mengubah data ke dalam bentuk matrik X.
c. Menentukan kriteria dan bobot.
d. Menormalisasi matriks X menjadi matrik R.
e. Menormalisasi matriks keputusan (X) dengan rumus yang terdapat di metode SAW (*Simple Additive Weighting*).

f. Melakukan proses perangkingan dengan rumus yang terdapat di metode SAW (*Simple Additive Weighting*).
g. Kemudian mendapatkan hasil nilai alternatif terbaik.

12. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Tahap analisis kebutuhan non-fungsional ini merupakan elemen-elemen yang diperlukan dalam pembanguna Sistem Informasi Analisis Pangsa Pasar Untuk Pembukaan Cabang Baru dengan Pendekatan CRM di Rovell Digital Printing. Kebutuhan non fungsional terbagi menjadi tiga yaitu analisis perangkat keras, analisis perangkat lunak dan analisis pengguna.

13. Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional dapat didefinsikan sebagai penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Tahapan ini menyangkut mengkonfigurasi dari komponen-komponen perangkat lunak dan perangkat keras dari suatu sistem sehingga instalasi dari sistem akan benar-benar memuaskan. Alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum yang akan dibangun yaitu diagram konteks dan data flow diagram.

14. Perancangan Sistem

Pada tahap berikut ini, dilakukan perancangan sistem. Perancangan sistem meliputi perancangan basis data yang akan dibangun, perancangan struktur menu apa saja yang nantinya ada di dalam sistem, perancangan antarmuka yang akan dibangun, dll.

15. Implementasi Sistem

Pada tahap berikut ini, Pengimplementasian sistem yang telah dirancang dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu :

a. Implementasi perangkat lunak

   Tahap ini dilakukan ketika sistem siap untuk di implementasikan dan mencatat apakah kebutuhan perangkat lunak di tempat penelitian sesuai atau tidak.

b. Implementasi perangkat keras

Tahap ini dilakukan ketika sistem siap untuk di implementasikan dan mencatat apakah kebutuhan perangkat keras di tempat penelitian sesuai atau tidak.

c. Implementasi basis data

Tahap ini dilakukan untuk memperlihatkan query dari basis data yang digunakan pada sistem.

d. Implementasi antarmuka

Implementasi antarmuka berisikan tampilan-tampilan dari aplikasi yang telah dibuat dan pengkodeannya dalam bentuk file program.

16. Pengujian Sistem

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah di bangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau eror dalam sistem tersebut. Terdapat beberapa pengujian, yaitu :

a. Pengujian alpha

Pengujian alpha dilakukan dengan menggunakan metode *black box*. Pengujian *black box* merupakan pengujian program yang berfokus pada persyaratan fungsional suatu perangkat lunak.

b. Pengujian beta

Pengujian beta merupakan pengujian program atau proyek yang sedang sedang dikerjakan secara langsung pada responden. Sebagian responden diminta untuk mengisi kuisioner yang berisi pertanyaan seputar program atau proyek yang sedang dikerjakan.

17. Hasil Pembangunan Sistem Informasi CRM di Rovell Digital Printing

Tahapan hasil pembangunan sistem informasi CRM di Rovell Digital Printing ini merupakan tahapan hasil akhir sistem yang dibuat, setelah melakukan proses pengumpulan data hingga analisis sistem yang akan di bangun di Rovell Digital Prinitng.

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, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai Rovell Digital Printing dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi *Customer Relation 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 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 SISTEM

Bab ini membahas implementasi dalam bahasa pemograman 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.