BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV Cantik Kreasi merupakan perusahaan bisnis butik yang bernama Adity Boutique bergerak di bidang penjualan dan penyewaan kebaya, jas, dan aksesoris pakaian tradisional yaitu boustier dan blouse. Butik ini selain menyediakan kebaya, jas, dan aksesoris juga menyediakan bahan pakaian. CV Cantik Kreasi telah berdiri sejak tahun 2005 dan saat ini baru ada satu toko di kota Bandung. CV Cantik Kreasi juga memiliki tempat yang strategis dikarenakan butik ini dekat dengan pusat perbelanjaan dan pasar modern. Hasil kebaya dan jas yang dibuat oleh CV Cantik Kreasi sering digunakan untuk acara-acara penting seperti pesta pernikahan, pesta ulang tahun dan wisuda. CV Cantik Kreasi saat ini sudah memiliki 1184 pelanggan, dimana sebagian besar 891 pelanggan CV Cantik Kreasi semuanya berasal dari kota Bandung dan diantaranya ada yang berasal dari bandung barat, bandung tengah, bandung selatan. Status pelanggan CV Cantik Kreasi berbeda-beda diantaranya 24% Mahasiswa, 16 Pegawai Negeri Sipil, 15% Wiraswasta, 10% Ibu rumah tangga, 10% Pegawai Swasta, 8% Manager, 8% Pegawai, 4% Pegawai bank, 1% guru, 1% dokter dan 1% Psikolog. Keunggulan dari produk kebaya CV Cantik Kreasi adalah desainnya yang orisinil, modelnya yang unik, dan motif payet/hiasan yang indah, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Berdasarkan analisis SWOT pada lampiran F yang telah dilakukan terhadap seluruh divisi di CV Cantik Kreasi, strategi saat ini yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan yaitu melakukan pembukaan cabang baru untuk meningkatkan wilayah pemasaran CV Cantik Kreasi. Pembukaan cabang baru yang dimaksud dari hasil analisis SWOT yaitu mencari daerah kota/kab yang memiliki potensi tinggi untuk dilakukannya pembukaan cabang baru. Dikarenakan Hasil dari analisis SWOT juga menyatakan dalam sebuah diagram bahwa CV Cantik Kreasi sedang berada di Kuadran I (Satu) yang menunjukan bahwa CV Cantik Kreasi sedang berkembang pesat dalam penjualan produk yang dimilikinya. Berdasarkan hasil kuisioner pada

lampiran C yang telah dilakukan penyebaran 100 kuisioner ke beberapa universitas di Bandung diantaranya Universitas Komputer Indonesia, Universitas Padjajaran, Universitas Islam Bandung dan Universitas Pendidikan Indonesia menyatakan bahwa perlu adanya sebuah toko butik yang menyediakan pakaian kebaya, jas dan aksesoris di dekat universitas yang ada di Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Lani selaku Manager Marketing CV Cantik Kreasi, memberitahu bahwa pada saat ini CV Cantik Kreasi memiliki banyak pelanggan yang berjenis kelamin wanita dengan usia diatas 20^{th}. Manager Marketing juga menyatakan bahwa saat ini CV Cantik Kreasi selalu mengalami peningkatan omset dari tahun 2012 sampai tahun 2015, akan tetapi perusahaan memiliki kendala dalam melayani keluhan pelanggan dan pesanan dari setiap pelanggan yang begitu banyak hingga mengakibatkan proses pembuatan produk menjadi membutuhkan waktu yang sangat lama. Melihat dari hasil analisis SWOT yang sudah diterapkan, maka Owner CV Cantik Kreasi akan melakukan strategi pembukaan cabang baru untuk memperluas daerah pemasaran di dekat perguruan tinggi, pasar modern atau dekat dengan pusat perbelanjaan agar dapat mengatasi kendala yang sudah dipaparkan. Pembukaan cabang baru yang dimaksud oleh owner yaitu mencari daerah kota/kab yang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan berpotensi untuk dibukanya cabang baru, akan tetapi CV Cantik Kreasi mempunyai kendala saat ingin melakukan pembukaan cabang baru dimana Manager Marketing memiliki kendala dalam menentukan daerah kota/kab mana yang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan berpotensi untuk dibukanya cabang baru. Hal ini mengakibatkan CV Cantik Kreasi hingga saat ini belum melakukan pembukaan cabang baru.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, kuisioner dan wawancara menyatakan bahwa perlu adanya sebuah cabang baru pada CV Cantik Kreasi untuk memperluas wilayah pemasarannya agar dapat meningkatkan hubungan yang baik terhadap konsumen. Oleh karena itu perlu adanya analisis pangsa pasar dan segmentasi pasar geografis dan demografis sehingga sistem yang akan dibangun untuk CV Cantik Kreasi dapat membantu dalam menentukan daerah kota/kab yang memiliki potensi pangsa pasar yang tinggi untuk dilakukannya pembukaan cabang baru.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah permasalahan yang terjadi di CV Cantik Kreasi adalah bagaimana membangun Sistem Penentuan Pembukaan Cabang Baru Menggunakan Analisis Pangsa Pasar Dengan Pendekatan Customer Relationship Management di CV Cantik Kreasi.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian yang dilakukan adalah untuk membangun Sistem Penentuan Pembukaan Cabang Baru Menggunakan Analisis Pangsa Pasar Dengan Pendekatan Customer Relationship Management di CV Cantik Kreasi. Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian dan pembangunan sistem ini adalah membantu Manager Marketing dalam menentukan daerah kota/kab yang memiliki potensi pangsa pasar yang tinggi untuk dilakukannya pembukaan cabang baru agar dapat menarik pelanggan baru.

1.4 Batasan Masalah

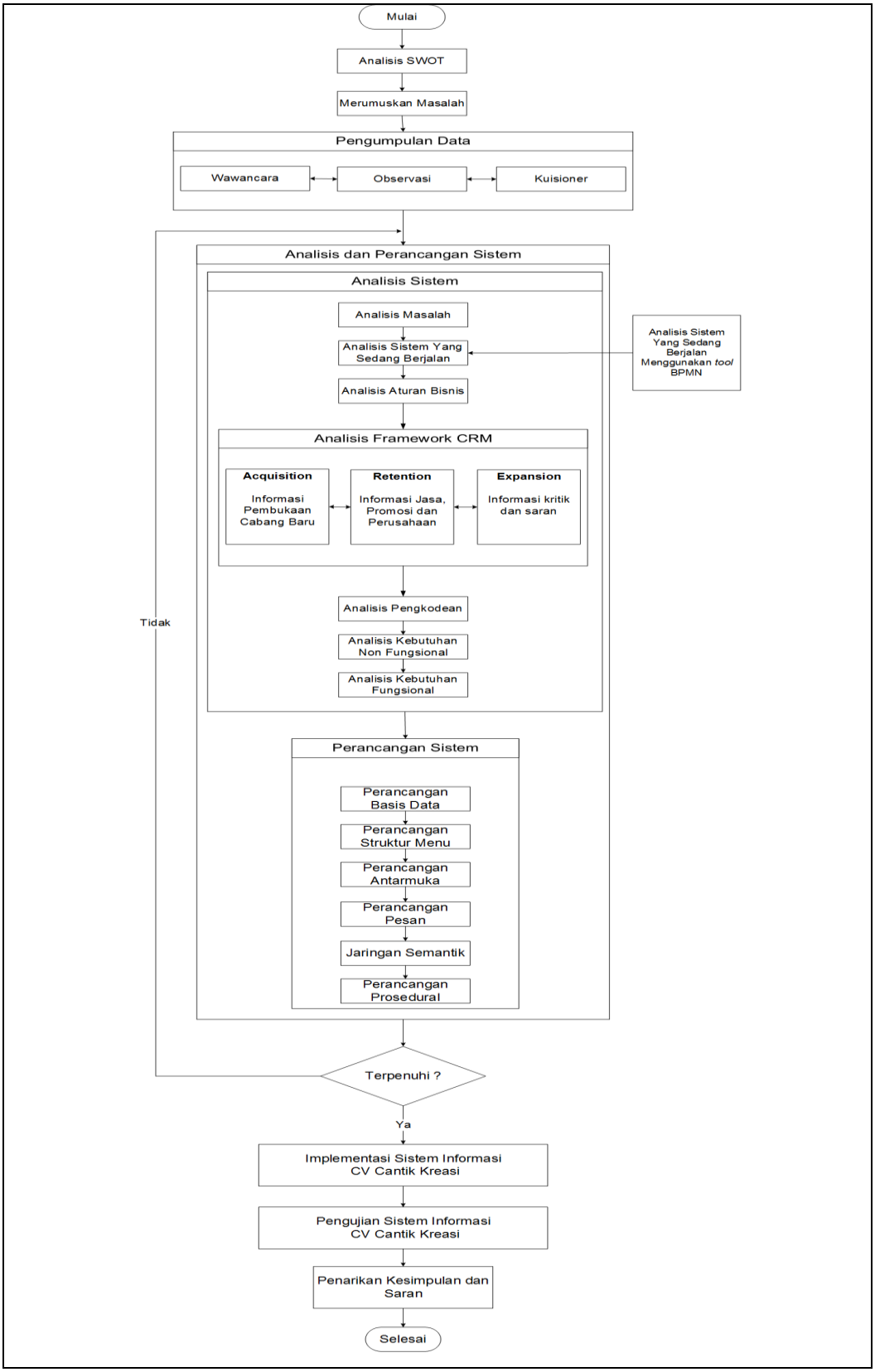
Adapun batasan-batasan masalah yang ada di dalam penelitian ini meliputi :

1. Data yang dikelola berupa data master diantara sebagai berikut :
    a. Data Pelanggan
    b. Data Pemesanan
    c. Data Pembayaran
    d. Data Promosi
    e. Data Jasa
2. Proses yang terdapat dalam pembukaan cabang baru meliputi :
    a. Prosedur Transaksi
    b. Prosedur Order Barang
    c. Prosedur Promosi
3. Output dari pembangunan sistem penentuan untuk pembukaan cabang baru meliputi :

   a. Menampilkan Informasi tentang perusahaan dan produk yang ada di CV Cantik Kreasi berupa gambar dan teks.
   b. Menampilkan Informasi tentang lokasi pembukaan cabang baru dengan menggunakan peta Google Maps.
4. Pendekatan analisis pangsa pasar, menggunakan segmentasi pasar sebagai berikut :
   a. Segmentasi Pasar Geografis berdasarkan Kota/Wilayah, Perguruan Tinggi, Pusat Perbelanjaan, Pasar Modern.
   b. Segmentasi Pasar Demografis berdasarkan Jenis kelamin dan Usia.
5. Rekomendasi untuk menentukan lokasi yang memiliki potensi tinggi untuk dibukanya cabang baru menggunakan Metode sistem pendukung keputusan yang digunakan adalah *Simple Additive Weighting* (SAW).
6. Jenis CRM yang dipilih adalah *Analytical* CRM dan Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM
7. Pengumpulan data penduduk ditiap wilayahnya berdasarkan Badan Pusat Statistika (BPS)
8. Wilayah pasar yang dianalisis adalah di wilayah Kota/Kab Provinsi Jawa Barat, berdasarkan permintaan dari General Manager di CV Cantik Kreasi.
9. Sistem ini dibangun berbasis web, menggunakan perangkat lunak sebagai berikut :
   a. Bahasa pemrograman PHP Native, sebagai perangkat pendukung pembuatan sistem.
   b. Bootsrap Framework untuk CSS, Java Script, dan Ajax, sebagai perangkat pendukung pembuatan *user interface*.
   c. DBMS MySQL, sebagai perangkat pendukung penyimpanan dan pengolahan data.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, dimana memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, merupakan metode yang menggambarkan fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian sekarang secara sistematis, faktual dan akurat. Langkah-langkah yang harus dilakukan selama melakukan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Alur Penelitian

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang tergambar pada gambar 1.1 sebagai berikut:

A. Analisis SWOT

Pada tahap pertama ini dilakukannya analisis SWOT kepada seluruh divisi di CV Cantik Kreasi dan dilakukan perhitungan/ pembobotan dari setiap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Hingga menghasilkan suatu diagram SWOT yang menyatakan bahwa CV Cantik Kreasi sedang berada di Kuadran I atau bisa dinyatakan bahwa perusahaan sedang berkembang pesat dalam penjualan dan penyewaan kebaya, jas, dan aksesoris.

B. Merumuskan Masalah

Pada tahap ini akan dilakukan perumusan masalah yang didapat dari hasil analisis SWOT kepada seluruh divisi Cantik Kreasi dimana masalah yang dimiliki perusahan yaitu Manager Marketing kesulitan dalam mendapatkan lokasi yang memiliki peluang bagus untuk dibukanya cabang baru agar dapat menarik pelanggan baru..

C. Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Pengumpulan data pada pada penelitian ini menggunakan 3 teknik, yaitu:

1. Wawancara

   Wawancara yang dilakukan dengan Manager Marketing di CV Cantik Kreasi mengenai permasalahan yang terkait mengenai pembukaan cabang baru CV Cantik Kreasi.

2. Observasi

   Observasi ini dilakukannya pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap produk dan pelanggan di CV Cantik Kreasi.

3. Kuisioner

   Penyebaran kuisioner kepada beberapa responden untuk memvalidasikan masalah mengenai pembukaan cabang baru di CV Cantik Kreasi.

D. Analisis dan Perancangan Sistem

Analisis merupakan suatu kegiatan untuk memodelkan suatu masalah yang ada beserta solusi pemecahan masalahnya. Berikut merupakan analisis yang dilakukan:

a. Analisis Sistem

Sistem yang sedang berjalan, menjelaskan bagaimana sistem yang sekarang ini berjalan di CV Cantik Kreasi. Bagian ini terdiri dari:

1. Analisis Masalah

   Analisis masalah merupakan uraian permasalahan dari hasil penelitian yang disesuaikan dengan hasil dari perumusan tujuan.

2. Analisis Prosedur Yang Sedang Berjalan

   Analisis Prosedur yang sedang berjalan digambarkan menggunakan *Business Process Model and Notation* (BPMN) yang menyediakan pemodelan hubungan antar aktivitas pada sistem yang sedang berjalan.

3. Analisis Aturan Bisnis

   Analisis aturan bisnis yang sedang berjalan merupakan identifikasi terhadap aturan-aturan bisnis seperti kondisi maupun syarat yang berlaku antara perusahaan dan customer.

4. Analisis Framework CRM

   Analisis Framework CRM yang dimaksud merupakan Framework CRM yang akan dianalisis pada saat pembangunan sistem informasi di CV Cantik Kreasi.

   a. Acquisition

      Pada tahap acquitision perusahaan melakukan strategi pembukaan cabang agar dapat menarik pelanggan baru.

   b. Retention

      Pada tahap retention perusahaan memberikan informasi promosi dan jasa untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan di CV Cantik Kreasi.

c. Expansion

Pada tahap expansion perusahaan melakukan strategi untuk mempertahakan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan informasi kritik dan saran pada pelanggan.

5. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Analisis kebutuhan non-fungsional merupakan analisis yang dibutuhkan untuk menentukan kebutuhan spesifikasi sistem. Analisis yang diperlukan pada tahap ini adalah:

a. Analisis kebutuhan perangkat keras

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis kebutuhan perangkat keras terhadap sistem informasi CRM di CV Cantik Kreasi, apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat keras atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat keras.

b. Analisis kebutuhan perangkat lunak

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis kebutuhan perangkat lunak terhadap sistem informasi CRM di CV Cantik Kreasi, apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat lunak atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat lunak.

c. Analisis user

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis user yang berperan dalam penggunaan sistem informasi CRM.

d. Basis data

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis kebutuhan basis data dari Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibangun. *Tool* yang akan digunakan yaitu *Entity Relationship Diagram* (ERD).

6. Analisis Kebutuhan Fungsional

Pada tahapan ini, peneliti akan merancang sistem informasi yang akan dibangun, antara lain:

a. Diagram konteks

Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis proses yang terjadi secara umum berupa aliran informasi dari user ke Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibangun.

b. *Data Flow Diagram* (DFD)

Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis proses yang akan terjadi secara khusus berupa aliran informasi antara user, sistem informasi *Customer Relationship Management*, dan *database*.

c. Spesifikasi proses

Tahap ini, peneliti akan menganalisis spesifikasi setiap proses dari *DFD* dalam bentuk tabel.

d. Kamus data

Tahap ini, peneliti akan menganalisis setiap tabel beserta spesifikasinya dari *database* dalam bentuk tabel.

b. Perancangan Sistem

Perancangan sistem *Customer Relationship Management* yang akan dibangun. Terdapat beberapa tahapan dalam perancangan ini yaitu:

1. Perancangan Basis Data

   Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan *database* dimana setiap tabelnya akan direlasikan dan struktur tabelnya

2. Perancangan struktur menu

   Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada Sistem Informasi CRM.

3. Perancangan antarmuka

   Tahap ini, peneliti akan membuat antarmuka yang akan ada pada Sistem Informasi CRM lengkap dengan instruksi perintahnya.

4. Perancangan pesan

   Tahap ini, berisi tentang tampilan pesan yang akan muncul pada halaman ketika melakukan sebuah aksi.

5. Perancangan jaringan semantik

   Tahap ini, peneliti akan membuat jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antarmuka yang ada pada Sistem Informasi CRM.

6. Perancangan prosedural

   Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur Sistem Informasi CRM yang akan dibangun.

E. Implementasi sistem *Customer Relationship Management*

Implementasi sistem yang telah dirancang dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

a. Implementasi perangkat lunak
b. Implementasi perangkat keras
c. Implementasi basis data
d. Implementasi antarmuka

F. Pengujian Sistem *Customer Relationship Management*

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau error dalam sistem tersebut. Pengujian uang dilakukan yaitu pengujian *User Acceptence Test* (UAT)

G. Penarikan Kesimpulan dan Saran

Tahapan ini merupakan pengambilan kesimpulan dan saran untuk pengembangan sistem kedepannya.

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

Bab ini berisi pembahasan masalah umum yang berhubungan dengan penyusunan laporan tugas akhir, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai CV Cantik Kreasi 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

Bab ini berisi analisis kebutuhan dalam membangun sistem ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada aplikasi ini sesuai dengan metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan, selain itu juga terdapat perancangan antarmuka untuk sistem 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 sistem untuk masa yang akan datang.