BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Honda merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi motor dan mobil yang cukup besar di dunia dan tentunya honda tidak hanya satu, honda memiliki beberapa cabang di setiap belahan dunia. Di Indonesia sendiri honda merupakan produsen motor dan mobil yang ternama dan sangat handal dalam menciptakan sebuah kendaraan untuk para pelanggannya. Salah satu cabang honda sendiri ada jalan Jendral Ahmad Yani, Bandung. Di honda ahmad yani ini tidak hanya menjual sebuah mobil, tetapi juga dapat memperbaiki mobil honda seorang pelanggan, di karenakan cabang honda ahmad yani ini merupakan *showroom* sekaligus juga bengkel.

Dari hasil wawancara yang di lakukan di dealer honda, honda menggunakan televisi, koran, brosur, *website*, dan *showroom* untuk melakukan promosi. Salah satu media promosi yang di pakai saat ini diantaranya adalah *Showroom*. *Showroom* merupakan cara promosi dengan menampilkan mobil di sebuah lokasi tertentu dan memamerkannya. Honda sendiri pernah membuka *showroom* di beberapa lokasi, namun yang paling sering adalah di *mall*.Sebelum membuka sebuah *showroom* pertama honda harus melakukan pengecekan lokasi untuk menentukan *class showroom*. *Class showroom* akan menentukan berapa banyak jenis mobil yang dapat di pamerkan dalam satu ruangan, sehingga dalam satu pelaksanaan *showroom* tidak setiap waktu dapat menampilkan semua jenis mobil. Selain menggunakan cara *showroom*, honda juga sering mendirikan *stand* untuk melakukan promosi tanpa membawa produk mobil, namun hanya menggunakan brosur. Promosi menggunakan *stand* ini hanya dilakukan di tempat yang tidak bisa membuka *showroom*. Di *stand* tersebut pelanggan akan melakukan konsultasi mengenai mobil yang diinginkan dengan sales.

Brosur memiliki informasi jenis mobil dan harga mobil. Namun brosur memiliki kelemahan yaitu, tidak memiliki informasi mengenai interior dan eksterior mobil dan tampilan mobil masih berupa photo yang berbentuk 2 dimensi. Kekurangan Photo adalah gambar yang statis.

Dari masalah di atas, dapat disimpulkan, bahwa dealer honda hanya menggunakan televisi, brosur, website, dan showroom sebagai media promosi dan belum memiliki *platform* android sebagai media promosi. Disamping itu honda memerlukan sebuah aplikasi yang dapat membantu memberikan informasi produk mobil dari mulai eksterior dan interior mobil. Di dalam aplikasi, eksterior dan interior mobil di bangun dengan interaktif agar pelanggan tahu cara menggunakan interior mobil dan tahu fasilitas apa saja yang ada pad setiap jenis mobil yang di jual oleh honda.

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan informasi yang di paparkan di bagian latar belakang, dapat di simpulkan beberapa identifakasi masalah, yaitu :

1. Showroom memiliki batasan dalam menampung banyaknya mobil yang disebabkan oleh terbatasnya ruangan.
2. Brosur memiliki informasi yang terbatas, yaitu berupa informasi mengenai jenis mobil dan harga mobil.

1.3. Maksud dan Tujuan

Berdasarkan masalah yang telah di analisis pada honda ahmad yani, akan di bangun sebuah aplikasi media *e-catalog* mobil honda. Tujuan di bangunan aplikasi adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi mengenai jenis mobil yang tidak dapat di pamerkan pada saat membuka *showroom*.
2. Memberikan informasi yang tidak dapat di tampilkan dalam sebuah brosur.

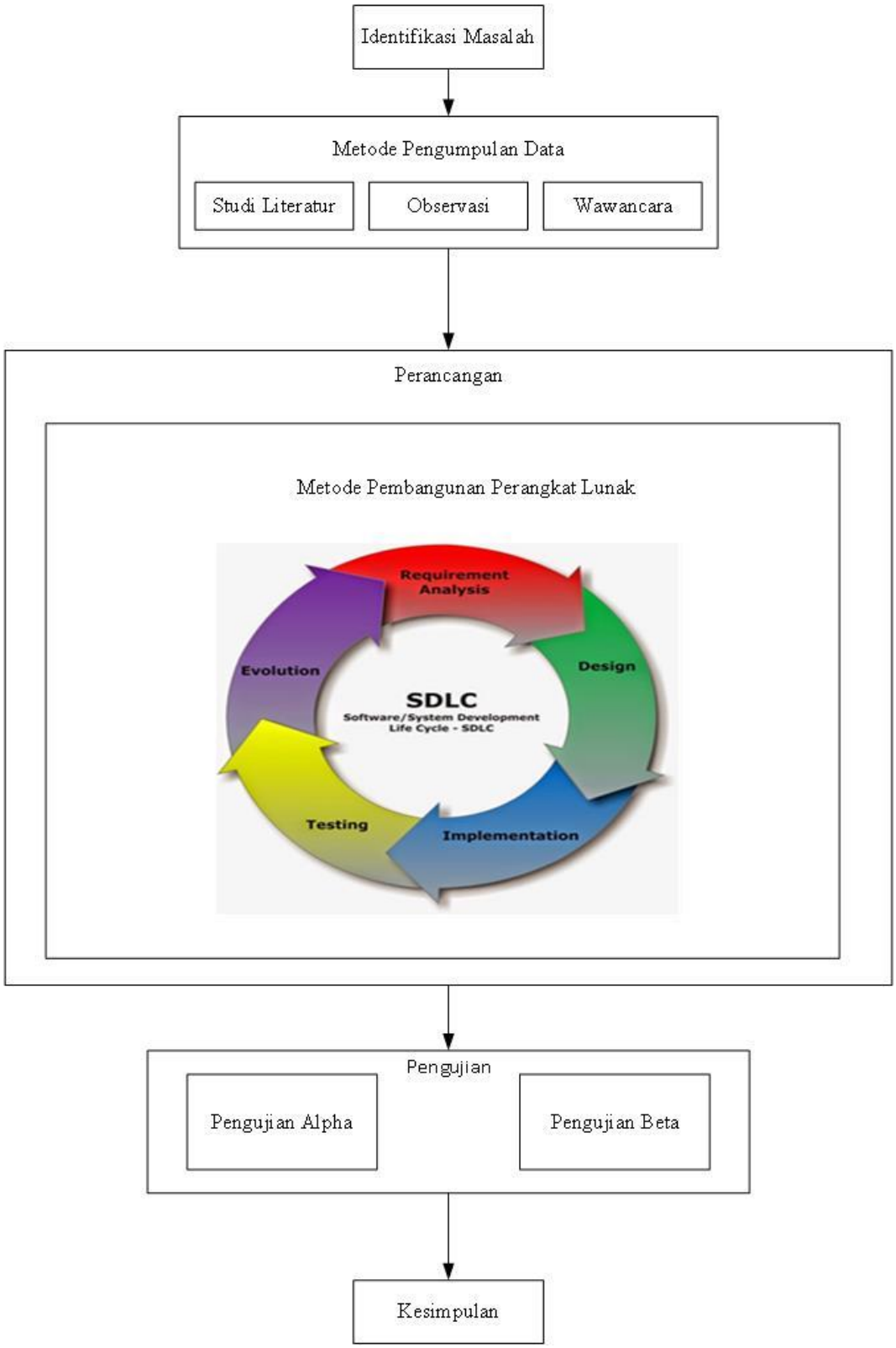
1.4. Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah yang digunakan dalam membangun aplikasi ini, yaitu.

1. Media promosi ini hanya sebagai media untuk membantu melakukan promosi mobil dan bukan sebagai pengganti sistem yang sudah ada.
2. Media promosi ini berbasis android.
3. Aplikasi yang di gunakan adalah Unity 3D, SolidWork dan Blander sebagai perangkat lunak utama, Photoshop sebagai perangkat lunak pendukung.
4. Analisis perancangan perangkat lunak menggunakan *Object Oriented Programing.*
5. Aplikasi tidak dapat melakukan transaksi.

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penilitian ini terbagi menjadi beberapa tahapan. Seperti yang di tampilkan pada gambar 1.1, yaitu sebagai berikut.



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

1. **Studi Literatur**

   Melakukan pengumpulan buku-buku dan literatur yang berhubungan dengan apliakasi. Buku-buku dan literatur di dapatkan dari UNIKOM, google dan jurnal yang di dapatkan dari *e-library* yang berasal dari berbagai universitas-universitas.

2. **Observasi**

   Observasi merupakan kegiatan mengamati sesuatu dengan menyerap informasi dari sesuatu yang di amati dan melakukan pengambilan keputusan berdasarkan gagasan yang telah di ketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan. Dalam kasus ini yang di amati adalah area showroom mobil honda di honda ahmad yani secara langsung, mengambil gambar area showroom mobil honda dan melakukan pertimbangan untuk aspek penyampain informasi mobil kepada pelanggan oleh sales.

3. **Wawancara**

   Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyan kepada narasumber dan kemudian data tersebut di olah, dan menjadi informasi baru.

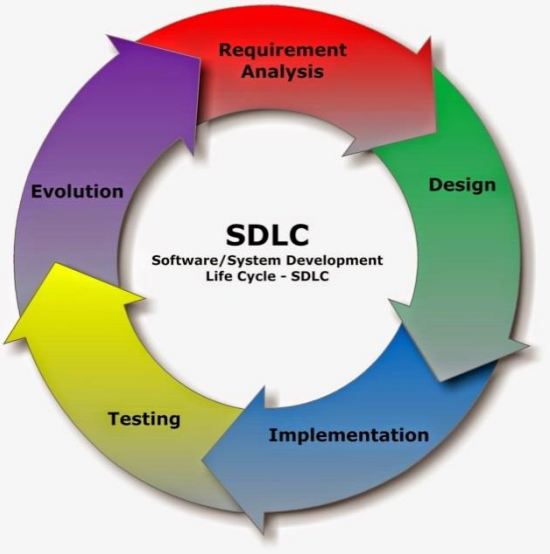
1.5.2. Perancangan

Sistem yang akan dibangun akan menjelaskan sistem seperti apa yang nanti akan dirancang dan dibangun untuk membantu dalam menyelesaikan masalah. Dalam kasus ini akan membahas mengenai perancangan dan pembangun sistem *e-catalog.*

1.5.2.1. Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Dalam pembangunan sebuah system di perlukan sebuah metode, dalam kasus ini metode yang akan digunakan adalah SDLC (Software Development Life Cycle). SDLC terdiri dari analisis sistem, design,

implementasi, testing, dan berkembang(*evolution*). Siklus dapat dilihat seperti gambar 1.2.



Gambar 1.2 Software Development Life Cycle

Tahapan – tahapan dari SDLC antara lain :

1. **Analisis**, sebuah proses investigasi terhadap sistem yang sedang berjalan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban mengenai pengguna sistem, cara kerja sistem dan waktu penggunaan sistem. Analisis yang dilakukan adalah analisis masalah, analisis sistem yang sedang berjalan, analisis sistem yang akan dibangun, analisis spesifikasi kebutuhan perangkat lunak, analisis kebutuhan non-fungsional, dan analisis kebutuhan fungsional. Dari proses analisa ini akan didapatkan cara untuk membangun sistem baru.
2. ***Design***, proses penjelasan keinginan fitur dan detail pengerjaan, seperti Storyboard, material collecting, pemodelan objek, dan arsitektur sistem.
3. ***Implementation***, Proses pembangunan sebuah software dan menerapkannya pada platform yang di tentukan. Bagian implementasi adalah struktur menu, antarmuka, dan jaringan semantik

4. ***Testing***, proses pengujian sebuah software yang dilakukan untuk menguji *error* dan *bugs.* Bagian *testing* adalah perangkat pengujian aplikasi dan implementasi antarmuka.
5. ***Evolution***, proses dimana sebuah software dapat berkembang seiring berjalannya waktu atau disebut *maintenance.* Di sini akan terjadi sebuah proses evaluasi yang akan menjawab beberapa pertanyaan, seperti apakah implementasi yang baru memenuhi kebutuhan bisnis?. Jika beberapa aspek dari seluruh proses atau beberapa tahap yang membuat management tidak puas, di sini adalah waktu untuk melakukan peningkatan.

1.5.3. Pengujian

Pengujian merupakan tahap untuk menguji dari hasil program yang sudah di bangun. Pengujian yang digunakan adalah pengujian alpha dan pengujian beta yang merupakan pengujian jenis black box.

1. Pengujian Alpha

   Pengujian alpha adalah sebuah pengujian yang akan dilakukan oleh pengembang untuk menguji sistem yang telah diterapkan.

2. Pengujian Beta

   Pengujian beta adalah sebuah pengujian yang akan dilakukan oleh seorang pegawai untuk menguji sistem yang telah dibangun dan akan melaporkannya pada pengembang

1.5.4. Kesimpulan

Kesimpulan berisi mengenai hasil akhir yang di dapat setelah melalui proses pengujian. Kesimpulan ini akan merangkum semua masalah dan solusi yang telah dicapai oleh sistem.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai konsep dasar dan teori-teori pendukuk yang berhubungan dengan pembangunan sistem, dan juga berisikan tentang profil, visi dan misi, Logo dari Honda.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi deskripsi sistem, analisis kebutuhan, dan analisis dalam pembangunan sistem serta perancangan sistem aplikasi media promosi mobil honda.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi sistem yang dibangun, uji coba dan hasil pengujian sistem, aplikasi di uji coba pada sales mobil dan dilakukan pengamatan apakah dengan adanya aplikasi ini proses promosi mobil jadi lebih baik.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari aplikasi media promosi mobil honda yang diperoleh dari hasil pengujian sistem, dan saran pengembangan sistem ke depan.