BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV Adara Fashion Art merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa sablon. CV Adara Fashion Art melayani jasa sablon kaos sablon dengan teknik manual dan sablon kaos teknik print digital. Didirikan sejak tahun 2014 yang beralamat di Jl. Cijerah No. 119 Kelurahan Cibuntu Kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung. CV Adara Fashion Art saat ini memiliki 170 pelanggan yang berasal dari Kota Bandung dan 10 pelanggan yang berasal dari Kota Cimahi. CV Adara Fashion Art memiliki keunggulan dari jasa sablon yang ditawarkan yaitu kualitas sablon yang diberikan sangat baik, tidak mudah luntur dan tahan lama, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara Ibu Wulan sebagai Marketing di CV Adara Fashion Art, menyatakan bahwa perusahaan menunjukan grafik penjualan dan peningkatan konsumen terus menunjukan pergerakan positif dilihat dari data transaksi pada bulan Febuari-juli 2017 (Lampiran B). Banyaknya pelanggan yang bertransaksi menjadikan alasan untuk perusahaan memeperluas wilayah pemasaran, tetapi bagian marketing dalam proses pembukaan daerah pemasaran hanya melihat data pelanggan yang bertansaksi terbanyak tanpa mempertimbangkan hal-hal yang berhubungan dengan peluang pasar itu sendiri. Pembukaan daerah pemasaran baru yang dimaksud adalah mencari daerah kecamatan yang berpotensi untuk dijadikan daerah pemasaran yang dekat dengan kawasan industri, sekolah, dan universitas karna jasa dari CV Adara Fashion Art selalu digunakan untuk acara kegiatannya membutuhkan jasa sablon dan juga berpeluang untuk menambah pelanggan baru karna dilihat dari data pelanggan yang memiliki jenis pelanggan dibidang usaha, mahasiswa dan pelajar. Berdasarkan data pelanggan Febuari-Juli 2017 (Lampiran B) menyatakan bahwa 13% bersaral dari Kecamatan Batununggal dengan 25 pelanggan, 10% berasal dari Kecamatan Sumur Bandung dengan 19 pelanggan, 8% dari kecamatan Kiaracondong dengan 15 pelanggan, 7% dari Kecamatan Cibenying Kidul dengan

14 pelanggan dan 5% dari Kecamatan Bojongloa Kidul dengan 9 pelanggan. Namun dengan hanya melihat data ini saja dirasa kurang cukup dikarnakan kurangnya mempertingbangkan hal-hal yang berhubungan dengan peluang pasar itu sendiri sehingga harus dilakukan analisis pangsa pasar yang dapat dijadikan sebagai data kecamatan yang akan dianalisis potensi pasarnya.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka perlu adanya pemilihan daerah lokasi pemasaran untuk memperluas wilayah pemasaran terhadap pangsa pasar sehingga *General Manager* dapat memutuskan daerah yang memiliki peluang pasar yang tinggi dan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam memutuskan daerah yang direkomendasikan oleh bagian marketing. Melalui penerapan CRM, pada kasus ini perusahaan diharapkan dapat mengidentifikasi daerah yang memiliki pelanggan potensial dengan melakukan analisis pangsa pasar. Maka dibutuhkan suatu sistem informasi yang dapat memberikan rekomdasi daerah pemasaran untuk memperluas pemasaran di bagian Marketing di CV Adara Fashion Art.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang dijelaskan sebelumnya maka permasalahan yang terjadi di CV Adara Fashion Art bagaimana membangun sistem informasi yang dapat menganalisa dan memberikan rekomendasi daerah yang tepat untuk di jadikan daerah pemasaran.

1.3 Maksud dan Tujuan

Berdasarakan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maksud dari penelitian ini adalah bagaimana menerapkan suatu sistem informasi. Adapun tujuan yang ini dicapai adalah membantu *General Manager* dalam memutuskan daerah pemasaran yang berpotensi tinggi untuk memperluas pemasaran sehingga membantu dalam penentuan pembarian promosi berdasarkan daerah dengan pangsa pasar yang tinggi.

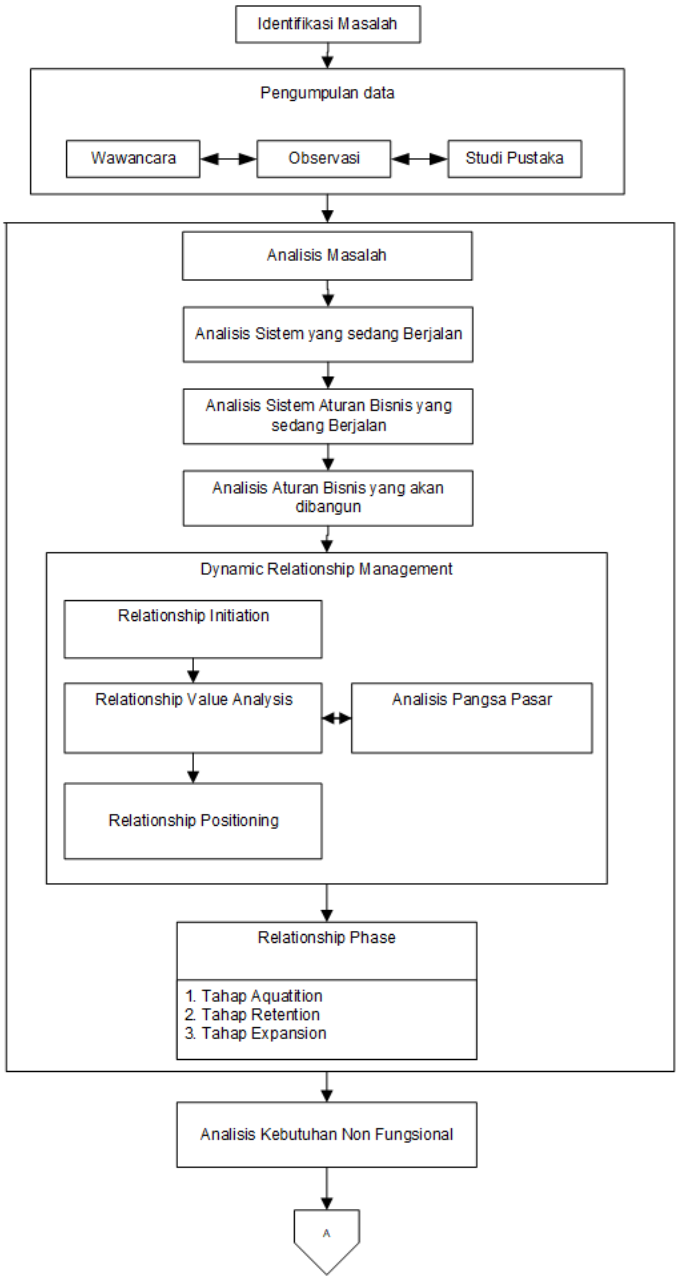
1.4 Batasan Masalah

Agar dalam pemabahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai maka diperlukan batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam pelaksanaan penelitian diantaranya :

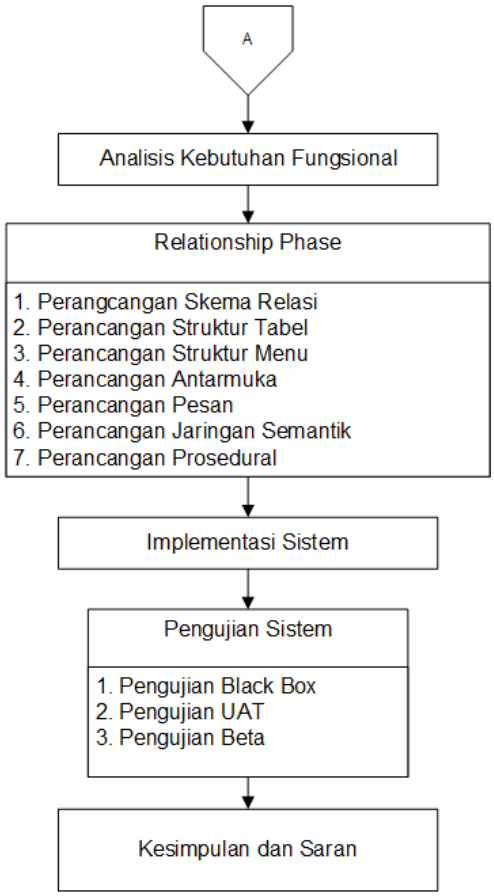
1. Data yang akan diolah yaitu data pelanggan CV Adara Fashion Art bulan Febuari – Juli 2017 yang terdapat data alamat, data transaksi pelanggan dan data banyaknya indutri, sekolah, universitas dari Badan Pusat Statistika (BPS) 2016.
2. Proses yang terdapat dalam sistem meliputi proses pengolahan data wilayah pasar, proses pengolahan kriteria penilaian, dan proses penentuan hasil daerah pemasaran.
3. Keluaran dari sistem berupa informasi jasa, informasi promosi, dan informasi tentang lokasi pemasaran dengan menggunakan *Google Maps*.
4. Jenis CRM yang dipilih adalah *Analytical* CRM
5. Arsitektur CRM yang digunakan *Dynamic* CRM
6. Wilayah pasar yang dianalisis adalah wilayah Kabupaten/Kota Bandung dan Kota Cimahi berdasarkan lokasi pelanggan CV Adara Fashion Art yang dilihat dari data pelanggan.
7. Analisis pangsa pasar pada wilayah untuk menentukan daerah pemasaran menggunakan segmentasi pasar :
    a. Segmentasi pasar geografis berdasarkan wilayah Kota Bandung dan Kota Cimahi
    b. Segmentasi pasar demografis berdasarkan pekerjaan dilihat dari data pelanggan CV Adara Fashion Art diantaranya memiliki pekerjaan dibidang wiraswasta, mahasiswa, dan pegawai pemerintah.
8. Memakai metode sistem pendukung keputusan SAW (Simple Additive Weighting) untuk menentukan daerah pemasaran.
9. Sistem yang akan dibangun berbasis web.

1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalam metode penelitian deskriptif yaitu membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat pada objek penelitian tertentu. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan pembangunan aplikasi adalah sebagi beriku:



Gambar 1.1 *Flowchart* Metode penelitian



Gambar 1.2 *Flowchart* Metode Penlitian (lanjutan)

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang terdapat seperti Gambar sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

   Pada tahap ini merupakan tahap awal dalam proses penelitian. Tahap ini melakukan indentifikasi masalah, sehingga dapat diketahui permasalahan yang ada di CV Adara Fashhion Art.

2. Pengumpulan data

   Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian dilakukan secara langsung dengan mengunjungi CV. Adara Fashion Art. Tahap pengumpulan data ini dilakukan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yang terbagi menjadi dua yaitu aktivitas utama dan aktivitas pendukung.yang meliputi :

   a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan dengan pihak CV. Adara Fashion Art.

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap proses-proses yang berjalan di CV. Adara Fashion Art.

3. Analisis Sistem *Customer Relationship Management*

Pada tahap ini, dilakukan analisis pembangunan sistem Customer Relationship Management sebagai berikut :

a. Analisis Masalah

Tahap ini merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dari hasil sebuah penelitian.

b. Analisis Sistem yang sedang Berjalan

Analisis ini merupakan proses analisis yang berhubungan dengan prosedur-prosedur yang sedang berjalan di CV. Adara Fashion Art.

c. Analisis Aturan Bisnis yang sedang Berjalan

Analisis dilakukan untuk mengetahui aturan bisnis yang sedang berjalan di CV. Adara Fashion Art. Hasil identifikasinya merupakan penjelasan tahapan prosedur – prosedur yang sedang berjalan dan diperjelas dengan menganalisis proses bisnis CV Adara Fashion Art berdasarkan analisis *value chain.*

d. Analisis *Customer Relationship Management*

Analisis Sistem Customer Relationship Management Menggunakan Framework of Dynamic CRM. Analisis Sistem *Customer Relationship Management* menggunakan *Framework of Dynamic* CRM meliputi beberapa tahap sebagai berikut:

i. *Customer Information Type*

Fase ini merupakan tipe informasi yang berorintasi pada pelanggan. Pada domain memiliki perbedaan dalam fokus orientasi terhadap pelanggan. Domain ini terdapat tiga tipe

informasi yaitu *of-the-customer information* (informasi mengenai pelanggan), *for-the-customer information* (informasi untuk pelanggan) dan *by-the-customer information* (informasi oleh pelanggan).

ii. *Dynamic Relationship Management*

Pada fase ini merupakan bentuk dari orientasi hubungan antara organisasi dan pelanggan dilihat dari sudut pandang organisasi dan pelanggan. Dynamic relationship berjalan seiring dengan domain relationship phase. Domain ini terdiri dari tiga bagian yaitu *relationship initiation* (pendataan pelanggan), *relationship value analysis* (analisis pangsa pasar), dan *relationship positioning* (hubungan dengan pelanggan).

iii. *Relationship Phase*

Pada fase ini merupakan fase yang harus dilewati oleh perusahaan yang akan menerapkan CRM dalam membentuk hubungan pelanggan. Informasi terkait perusahaan yang digunakan untuk mempermudah pelanggan dan calon pelanggan dalam mengetahui informasi tentang CV. Way'n Graph.

4. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

   Pada tahapan ini, terbagi menjadi beberapa analisis yaitu : Analisis kebutuhan perangkat keras, Analisis kebutuhan perangkat lunak, dan Analisis pengguna

5. Analisis Kebutuhan Fungsional

   Pada tahap ini, peneliti akan merancang sistem informasi yang akan dibangun, antara lain : Basis Data, Diagram Konteks, Data Flow Diagram (DFD), Spesifikasi proses, dan Kamus Data

6. Perancangan Sistem

   Perancangan sistem merupakan penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam suatu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Terdapat beberapa tahapan dalam perancangan ini, yaitu: skema relasi, struktur tabel, perancangan struktur menu, perancangan antarmuka, perancangan pesan, dan perancangan jaringan

semantik, perancangan prosedural sehingga menghasilkan representasi dari analisa sebagai landasan untuk implementasi.

7. Implementasi Sistem *Customer Relationship Management*.

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

   1. Implementasi perangkat lunak
   2. Implementasi perangkat keras
   3. Implementasi basis data
   4. Implementasi antarmuka

8. Pengujian Sistem *Customer Relationship Management*.

   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 :

   1. Pengujian black box
   2. Pengujian UAT
   3. Pengujian beta

9. Penarikan Kesimpulan dan Saran.

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

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dikerjakan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai barikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodelogi penelitian dan sistematiaka penulisan

BAB II TINJAU PUSTAKA

Bab ini menguraikan hal yang berkaitan dengan tempat penelitian seperti mengenai profil perusahaan, logo, visi misi, dan struktur organisasi, istilah – istilah dan teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi. Bab ini berisi teori – teori pendukung yang berhubungan dengan pembangunan sistem.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi analisis kebutuhan dalam pembangunan aplikasi, 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 IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi tahapan implementasi dan pengujian yang dilakukan, seperti implementasi perangkat lunak dan perangkat keras, pengujian sistem, metode pengujian, rencana pengujian, kasus dan hasil pengujian, serta kesimpulan berdasarkan hasil pengujian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian sistem, serta saran – saran dari pembahasan dan aplikasi yang dibangun