

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital Marketing menjadi salah satu strategi yang banyak diterapkan oleh perusahaan di seluruh dunia untuk menjual produk atau jasa yang mereka miliki. Gaya hidup manusia mengalami perubahan drastis di era digital, yang mana internet dan *gadget* telah menjadi bagian dari segala aspek kehidupan sehari-hari manusia mulai dari berinteraksi dan berkomunikasi, belajar, belanja, atau hanya sekedar untuk mencari hiburan. Perubahan perilaku tersebut telah memaksa terjadinya perubahan pada dunia *marketing* juga. Selain industri yang telah memasuki fase 4.0, *marketing* juga telah memasuki fase yang sama yaitu *marketing* 4.0.

Marketing 4.0 merupakan sebuah pendekatan pemasaran yang memadukan interaksi *online* dan *offline* yang terjadi antara perusahaan dan pelanggan. Di era ini, pemasaran secara *online* saja tidak cukup, tetapi perusahaan juga membutuhkan bentuk pemasaran *offline* untuk memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan. Teknik ini berperan penting sebagai advokat untuk menyentuh *customer* terhadap pelayanan dari produk tertentu serta meningkatkan *engagement* dalam pasar *online* dan *offline*. *Marketing* 4.0 adalah suatu konsep *marketing* modern yang lebih adaptif untuk menghadapi perilaku *customer* akibat adanya *digital market* [3].

Pemasaran telah berkembang dari yang semula berorientasi pada produk (*marketing 1.0*), ke pemasaran berorientasi pada pelanggan (*marketing 2.0*), lalu pemasaran yang berorientasi pada manusia (*marketing 3.0*) [4]. Pada *marketing* tahap keempat ini atau *marketing 4.0* yaitu dengan memanfaatkan teknologi terkini untuk menyentuh *customer* secara manusiawi didukung dengan analisis *big data*. Pada *marketing 4.0* ini tak hanya membuat pelanggan tahu tentang produk (*aware*), menyukainya (*appeal*), mencari tahu soal *brand* tersebut (*ask*), memutuskan membeli (*act*), namun juga membeli kembali dan akhirnya menganjurkan pada orang lain (*advocate*) [3]. Perusahaan harus cermat dalam memilih strategi yang tepat dalam memasuki fase *marketing 4.0* ini, dan salah satu strategi yang paling efektif adalah dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*) yang berfungsi sebagai sistem pengelolaan hubungan dengan pelanggan secara efektif menggunakan semua data interaksi perusahaan dengan pelanggan [5]. Hal ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan salah satunya dalam meningkatkan *customer retention*.

Customer retention adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan *customer* agar tetap menggunakan produk dan layanan mereka. Sebanyak 25-40% dari total pendapatan bisnis yang sudah stabil, didapat dari *returning customer*. *Repeat customer* melipatgandakan pendapatan hingga 3-7 kali lebih banyak daripada *one-time buyer*. *Customer retention* tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan *customer* dalam jangka waktu lama, melainkan juga akan membuat *customer* semakin sering menggunakan produk/jasa yang dimiliki oleh *brand* atau perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil studi yang dicantumkan di dalam *Harvard Business Review*, meningkatkan *customer retention rate* sebesar 5% dapat

meningkatkan profit sebesar 25% sampai 85% [6]. *Customer retention* dapat mengurangi pengeluaran biaya *marketing* jika dibandingkan dengan *customer acquisition* untuk mendapatkan *customer* baru. Selain itu *customer* yang berhasil dipertahankan akan dengan senang hati merekomendasikan produk/jasa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut kepada orang lain. Selain dapat meningkatkan profit, *customer retention* juga memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan seperti *customer satisfaction*, *loyalty*, dan *brand perception* [6].

Grafika Studio merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa foto studio dan foto produk. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik Grafika Studio tempat peneliti melakukan penelitian, terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan seperti dalam strategi *marketing*-nya selama ini Grafika Studio menerapkan strategi *customer acquisition* dengan melakukan *paid promote* dan pemasangan *banner* untuk mendapatkan *customer* baru. Namun strategi ini kurang efektif karena tidak memberikan peningkatan *sales* yang signifikan kepada perusahaan, sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk iklan/promosi tidak sebanding dengan *revenue* yang didapat. Di samping itu para kompetitor di bidang foto studio juga terus melakukan inovasi dengan meningkatkan pelayanan mereka kepada para *customer*-nya.

Permasalahan lain yang ditemukan yaitu Grafika Studio selama ini belum memiliki sistem sendiri yang dapat membantu dalam proses pelayanan kepada *customer*-nya dan hanya mengandalkan aplikasi Whatsapp Business. *Platform* ini digunakan sebagai media untuk konsultasi maupun distribusi hasil foto kepada para *customer*-nya. Menurut pemilik Grafika Studio selama menggunakan Whatsapp Business belum memiliki kendala yang berarti karena Whatsapp Business memiliki

fitur andalan seperti pesan otomatis (*away message*), balas cepat (*quick replies*), *menu short link*, dan label *chat* [7]. Namun menurut pemilik ternyata masih ada beberapa kekurangan yang tidak bisa diatasi oleh Whatsapp Business seperti ketika terjadi kesalahan calon *customer* dalam mengisi *form booking*, terkadang masih sering ditemukan kesalahan dalam meletakkan data ataupun pengisian data yang belum lengkap. *Customer* juga sering menanyakan progres pesannya melalui *chat* namun terkadang tidak terbaca atau terlewat dengan *chat* yang baru atau lebih prioritas. Selain itu pemilik juga mengkhawatirkan terkait keamanan data *customer* dan perusahaannya, karena Whatsapp Business hanya menggunakan nomor *handphone* untuk proses daftar dan *login*-nya dan begitu rentan untuk diretas. Ditambah lagi dengan berita yang baru-baru ini beredar terkait kebijakan privasi terbaru dari Whatsapp yang mengakibatkan banyak orang yang memutuskan untuk beralih dari Whatsapp ke Telegram [8]. Oleh karena itu pemilik berharap kedepannya dapat memiliki sistem sendiri yang dapat mengelola serta melayani *customer*-nya karena selama ini hanya mengandalkan Whatsapp Business serta beberapa layanan Google untuk pengelolaannya, hal ini bertujuan agar Grafika Studio dapat bersaing dengan para kompetitornya yang sudah memiliki sistem sendiri dalam pengelolaan dan pelayanannya.

Melihat dari berbagai permasalahan tersebut maka peneliti memiliki sebuah gagasan yaitu merancang aplikasi *booking* dan *loyalty program* berbasis android yang bertujuan untuk melakukan inovasi dalam strategi *marketing* dan juga pelayanan kepada *customer* dengan memprioritaskan *customer retention* yaitu mempertahankan *customer* lama dengan harapan *customer* lama tersebut dapat melakukan advokasi atau rekomendasi kepada orang lain bahwa layanan yang

dimiliki oleh Grafika Studio ini bonafit dan dan patut untuk dicoba sehingga dapat berdampak pada *marketing* secara organik untuk mendapatkan *customer* baru.

Dalam rancangan aplikasi ini terdapat beberapa fitur untuk mendukung proses bisnis pada Grafika Studio diantaranya seperti *customer* dapat melakukan proses *booking* atau reservasi melalui aplikasi, terdapat fitur *loyalty point* yang didapat setelah melakukan transaksi dan nantinya dapat ditukarkan dengan *reward*, serta *order tracking* untuk membantu *customer* melihat progres pesannya. Selain itu dalam sistem yang dibangun juga disediakan *dashboard admin* yang berbasis *website* untuk mengelola segala transaksi yang terjadi di aplikasi serta membantu dalam mengelola konten pada aplikasi.

Seperti yang diuraikan diatas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa peneliti bermaksud untuk merancang aplikasi *booking* dan *loyalty program* di Grafika Studio dengan judul **“RANCANG BANGUN APLIKASI *BOOKING* DAN *LOYALTY PROGRAM* BERBASIS ANDROID DI GRAFIKA STUDIO”**. Dengan adanya aplikasi ini diharapkan dapat menciptakan inovasi dalam sistem pelayanan serta memberikan strategi *marketing* yang tepat dengan memprioritaskan *customer retention* dengan harapan dapat meningkatkan *revenue* perusahaan.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dalam mengidentifikasi dan merumuskan masalah, peneliti sebelumnya telah melakukan pengumpulan data langsung dari pemilik Grafika Studio untuk mendapatkan data permasalahan melalui observasi dan wawancara. Berikut identifikasi dan rumusan masalahnya.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Setelah mengumpulkan data penelitian, maka peneliti melakukan identifikasi masalah terkait permasalahan yang dihadapi oleh Grafika Studio seperti berikut ini :

1. Strategi *marketing* yang digunakan berupa *customer acquisition* yaitu dengan melakukan promosi baik dengan *paid promote* ataupun pemasangan *banner* kurang cocok untuk diterapkan kembali karena biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan peningkatan *sales* yang diharapkan.
2. Belum memiliki sistem sendiri yang dapat membantu Grafika Studio dalam menunjang proses bisnisnya terutama dalam proses pengelolaan dan pelayanan kepada *customer*-nya dan masih mengandalkan *tools* seperti Whatsapp Business dan beberapa layanan Google.
3. *Tools* yang digunakan untuk layanan *booking* saat ini yaitu Whatsapp Business tidak bisa mencegah kesalahan *customer* dalam mengisikan data.
4. *Customer* sering menanyakan progres pengerjaan hasil foto melalui *chat* namun terkadang tidak terbaca atau terlewat dengan *chat* yang baru atau lebih prioritas.
5. Distribusi hasil foto *customer* masih dilakukan secara manual dengan mengirimkan *link* melalui *chat* via Whatsapp.

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengumpulkan data untuk membangun aplikasi *booking* dan *loyalty program*?
2. Bagaimana menganalisis data dan merancang nya guna menunjang pembangunan aplikasi *booking* dan *loyalty program*?
3. Bagaimana membangun aplikasi *booking* dan *loyalty program* dari hasil rancangan tersebut?
4. Bagaimana menguji aplikasi *booking* dan *loyalty program* yang telah dibangun?

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Grafika Studio serta *customer*-nya terkait sistem pelayanan yang ada dan memberikan solusi untuk memecahkan permasalahan tersebut dengan memanfaatkan aplikasi *booking* dan *loyalty program* untuk meningkatkan sistem pelayanan Grafika Studio agar mempermudah calon *customer*-nya dalam melakukan proses *booking*, *tracking*, hingga hasil jadinya sampai ditangan *customer* guna meningkatkan pelayanan kepada *customer*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data guna mengetahui permasalahan di Grafika Studio khususnya pada strategi *marketing* dan sistem pelayanan kepada *customer*-nya.

2. Menghasilkan analisis data dan rancangan guna mendapatkan solusi atas permasalahan yang ditemukan di Grafika Studio
3. Membangun aplikasi *booking* dan *loyalty program* untuk meningkatkan sistem pelayanan Grafika Studio kepada *customer*-nya.
4. Menguji aplikasi *booking* dan *loyalty program* yang telah dibangun guna mengetahui *bug* ataupun *error* ketika menjalankan fungsi pada aplikasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terdiri dari 2 bagian yaitu kegunaan praktis dan kegunaan akademis.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan solusi atas permasalahan yang terjadi di Grafika Studio baik dalam strategi *marketing* maupun sistem pelayanannya sehingga dengan adanya aplikasi yang dibangun ini Grafika Studio dapat melakukan inovasi dalam strategi *marketing* dan pelayanannya guna meningkatkan *customer retention rate*.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama mengikuti perkuliahan pada jurusan sistem informasi terkhusus pada bidang bisnis, *marketing*, pembelajaran teknologi dan tentang membuat sistem informasi.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman dan wawasan yang mendalam terkait pengimplementasian sistem informasi ke dalam *project* yang nyata.

3. Bagi Pihak lain

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan untuk mahasiswa atau siapapun agar dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membuat beberapa batasan masalah sebagai berikut :

1. Aplikasi ini hanya dapat diakses oleh *customer* yang sudah melakukan registrasi akun, sedangkan admin akan disediakan sebuah halaman *dashboard* berupa *website* untuk mengatur konten dan transaksi yang terjadi di aplikasi.
2. Fitur *loyalty program* yang disediakan dalam aplikasi ini hanya berupa *loyalty point* yang nantinya didapat setiap kali melakukan transaksi.
3. Penelitian ini tidak membahas proses *internal* perusahaan seperti transaksi pada kasir, editor hingga proses cetak laporan transaksi perbulannya.
4. Pada proses *booking* tidak diberlakukan pembayaran DP (*Down Payment*).
5. Laporan yang dihasilkan hanya berupa grafik karakteristik *user* dan total transaksi baik *booking* ataupun *reedem point* yang dilakukan oleh *user* melalui aplikasi.

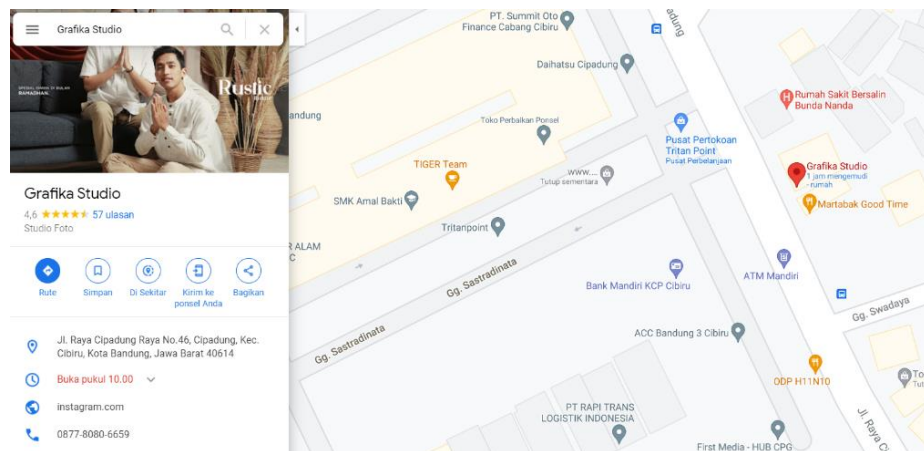
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi dan waktu penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut ini :

1. Lokasi

Nama Perusahaan : Grafika Studio

Alamat Perusahaan : Jl. Raya Cipadung Raya No.46, Cipadung, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614



**Gambar 1. 1 Lokasi Objek Penelitian Dilihat dari Maps
(Sumber : maps.google.com)**

2. Waktu

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 4 bulan dari mulai tanggal 1 April 2021 sampai dengan 20 Juli 2021.

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan															
		April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	<p>Mengumpulkan Kebutuhan Pengguna</p> <p>Melakukan pengumpulan data primer dengan observasi dan wawancara serta pengumpulan data sekunder seperti data katalog, paket, <i>pricelist</i>, dan dokumen yang dibutuhkan lainnya</p>																
2.	<p>Membuat Desain</p> <p>Setelah mendapatkan data yang diperlukan kemudian, dibuat sebuah rancangan desain aplikasi yang akan dibangun</p>																
3.	<p>Membangun <i>Prototype</i></p> <p>Apabila desain telah selesai, kemudian dibuatkan <i>prototype</i>-nya untuk dilakukan pengujian kepada calon pengguna</p>																
4.	<p>Melakukan Evaluasi dan Perbaikan</p> <p>Dari <i>prototype</i> yang telah diuji tersebut kemudian di evaluasi komponen apa saja yang kurang dan perlu diperbaiki</p>																
5.	<p>Mengembangkan Aplikasi</p> <p>Setelah <i>prototype</i> diuji dan dievaluasi kemudian dikembangkan menjadi aplikasi melalui proses <i>coding</i>.</p>																

1.7 Sistematika Penelitian

Sistem penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian skripsi ini, peneliti membagi beberapa bab pokok pembahasan ke dalam satu sistematika penelitian secara umum guna mempermudah penyusunan penelitiannya. Berikut adalah sistematika penelitiannya:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti membahas apa yang menjadi latar belakang dari penelitian yang dilakukan, kemudian membuat identifikasi masalah dan merumuskannya, setelah itu peneliti menuliskan maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah penelitian, mencantumkan lokasi dan jadwal penelitian serta membuat sistematika penelitian penelitiannya.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti membahas tentang penelitian terdahulu. Penelitian menemukan jurnal yang relevan dengan tema yang peneliti angkat yaitu tentang aplikasi *booking* dan *loyalty program*.

3. BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Pada bab tiga ini peneliti memberikan informasi mengenai objek penelitian yang diteliti yaitu objek penelitiannya adalah Grafika Studio perusahaan yang bergerak di bidang jasa foto studio dan foto produk. Perusahaan ini berlokasi di Jl. Raya Cipadung Raya No.46, Cipadung, Kec. Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614. Kemudian peneliti juga menjelaskan bagaimana metode yang digunakan dalam melakukan penelitian.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil dari analisis yang diusulkan dimulai dari perancangan sistem, perancangan *database diagram*, menguraikan rancangan antarmuka sistem, arsitektur jaringan, pengujian hingga implementasi terhadap sistem yang dibuat.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini peneliti menjelaskan tentang kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran tentang sistem yang dibangun agar kedepannya penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut.