

BAB III
PERMASALAHAN SPRINGHILL
BANDAR LAMPUNG

1.1 Analisa Sistem Pemasaran yang sedang berjalan di Springhill Bandar Lampung












Sistem pemasaran yang sedang berjalan di Springhill Bandar Lampung menggunakan sistem Walk in. Walk in dilakukan dengan cara mengundang konsumen agar mendatangi kantor pemasaran untuk terjadinya proses Closing atau Dealing. Sistem konvensional yang dilakukan dengan menyebar brosur, flyer, memasang iklan pada baliho, banner, canvassing dan memasang informasi pada sosial media belum begitu efektif untuk menarik konsumen dalam jangkauan yang luas. Berikut adalah sistematika yang dibuat untuk menarik konsumen agar mendatangi kantor pemasaran :

1. Pemasaran membuat promosi
2. Marketing menyebar brosur dan flyer
3. Konsumen melihat brosur
4. Jika tertarik untuk melihat lokasi maka akan menghubungi marketing
5. Konsumen melakukan tahap negoisasi
6. Konsumen mendatangi kantor pemasaran untuk proses Closing

1.1.1 Diagram Arus Dokumen (DAD) sistem pemasaran yang sedang berjalan :

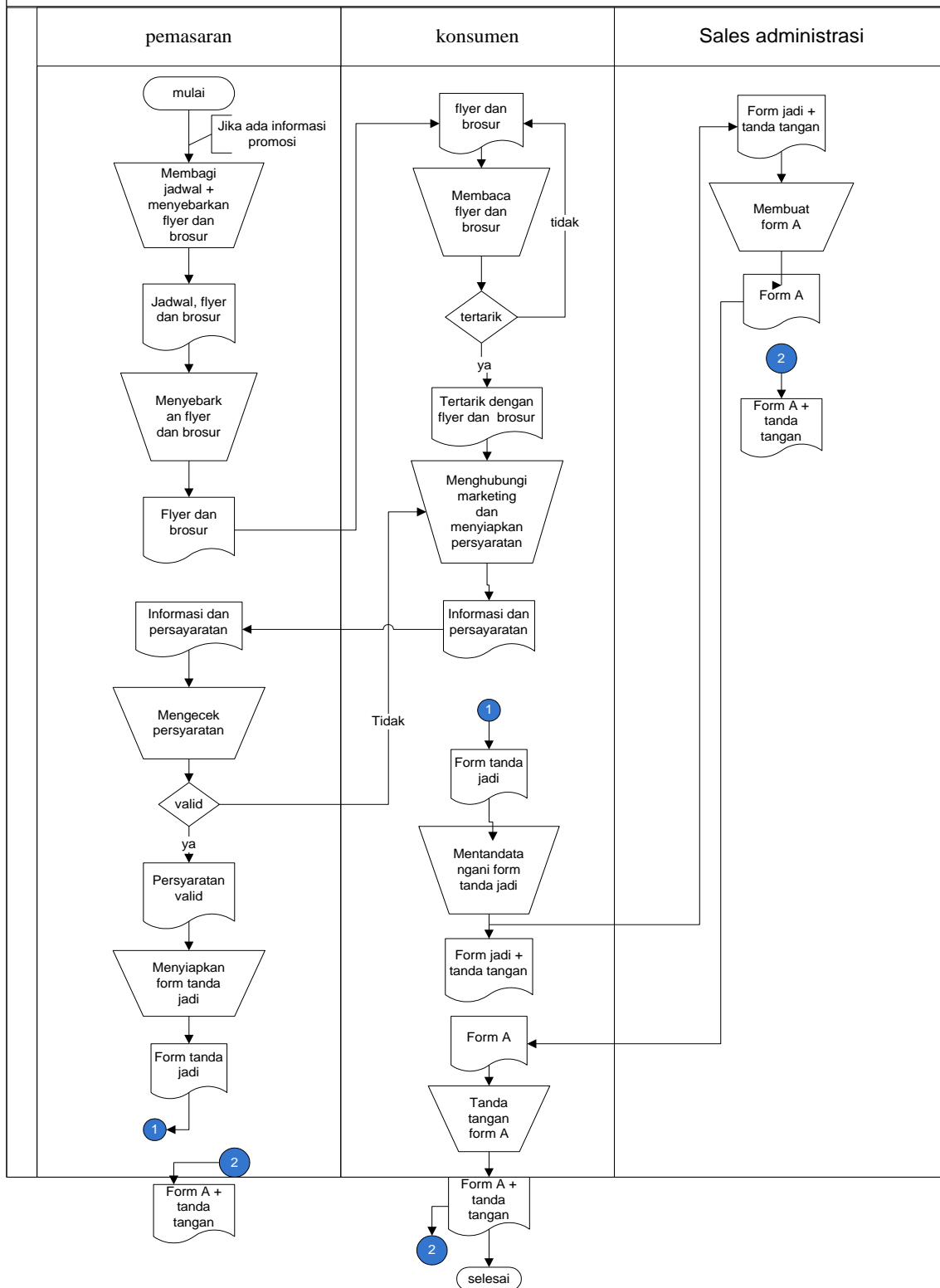
Dari penjabaran sistematika untuk menarik konsumen untuk mendatangi kantor pemasaran dengan digambarkan dalam DAD (diagram alur dokumen). Flowchart adalah sebuah bagan atau diagram yang menunjukkan langkah - langkah proses (intruksi) suatu program melalui simbol - simbol grafis dengan urutan tahapannya dihubungkan dengan tanda panah. Flowchart atau diagram alir ini merupakan sebuah ilustrasi

atau penggambaran penyelesaian masalah suatu rancangan sistem. Berikut ini Tabel simbol - simbol grafis standart yang sering digunakan dalam menyusun sebuah flowchart.

Simbol	Kegunaan
	menghubungkan antara simbol yang satu dengan simbol yang lainnya.
	keluar/masuk prosedur atau proses dalam lembar/halaman yang lain.
	keluar/masuk proses dalam lembar/halaman yang sama.
	menunjukkan pengolahan yang dilakukan oleh komputer.
	menunjukkan pengolahan yang tidak dilakukan oleh komputer.
	kondisi yang akan menghasilkan beberapa kemungkinan jawaban/aksi.
	permulaan atau akhir dari suatu program.
	menunjukkan bahwa data di dalam simbol ini akan disimpan secara sementara.
	menunjukkan bahwa data di dalam simbol ini akan disimpan secara permanen.
	proses input dan output tanpa tergantung dengan jenis peralatannya.
	input berasal dari dokumen dalam bentuk kertas atau output dicetak ke kertas.

Tabel 3.1.1 Simbol dan Kegunaannya

Sistem pemasaran Springhill Bandar Lampung yang sedang berjalan



Gambar 3.1.1 Diagram Arus Dokumen yang sedang berjalan

Analisis sistem pemasaran yang sedang berjalan

Untuk merancang suatu sistem baru maka seorang perancang sistem harus mengetahui terlebih dahulu kelebihan dan kekurangan sistem yang sedang berjalan terutama terhadap kelemahan-kelemahan sistem sehingga sistem yang akan dibuat dapat mengatasi permasalahan dan mempertahankan keuntungan sistem yang lama. Adapun kelebihan dan kekurangan dari sistem pemasaran yang sedang berjalan di Springhill Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

a. Kelebihan sistem pemasaran yang sedang berjalan

Sistem pemasaran yang sedang berjalan di Springhill Bandar Lampung memiliki kelebihan, antara lain :

1. Dengan adanya sistem konvensional mampu membangun kedekatan langsung dengan calon konsumen.
2. Menggunakan sistem konvensional, maka pengeluaran biaya sesuai dengan yang dibutuhkan baik dari perusahaan dan konsumen.
3. Konsumen mampu mengingat produk yang ditawarkan dengan menyimpan brosur dan flyer.
4. Dapat dibaca oleh semua kalangan.

b. Kekurangan sistem pemasaran yang sedang berjalan

Selain keuntungan-keuntungan yang diperoleh, sistem pemasaran yang sedang berjalan memiliki banyak kekurangan, antara lain :

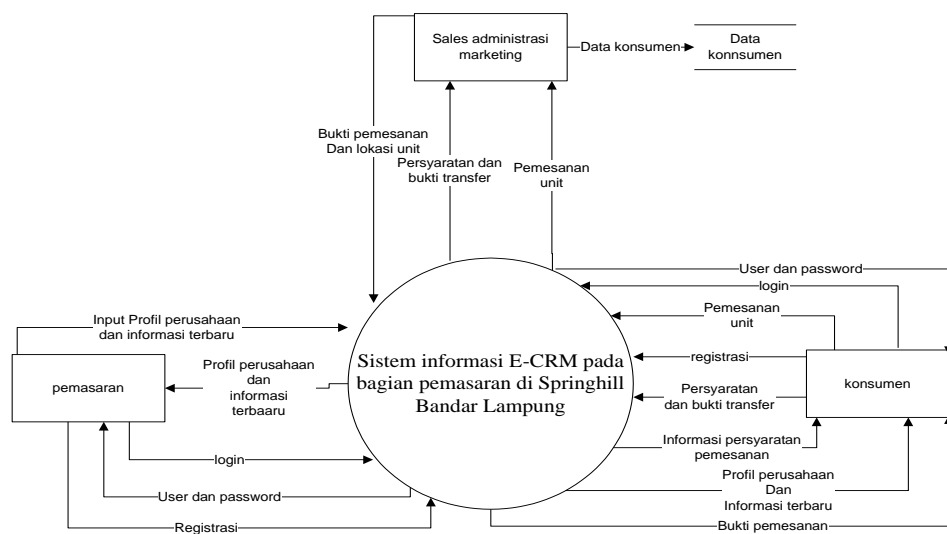
1. Penyebaran flyer dan brosur belum efektif atau tepat sasaran target .
2. Flyer dan brosur yang disimpan belum adanya pembaruan informasi.
3. Konsumen harus mendatangi kantor pemasaran jika ingin closing.
4. Konsumen yang membutuhkan informasi lebih lanjut harus menghubungi pemasaran atau mendatangi langsung kantor pemasaran.
5. Informasi tidak dapat diakses secara lebih luas.

3.1.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah yang telah disinggung diatas, maka yang menjadi permasalahan ialah sebagai berikut :

- a. Bagaimana Membuat E-CRM Promosi Property pada bagian Pemasaran di Springhill Bandar Lampung dapat menjadi efektif dan efisien.

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1.3 Kerangka Masalah

3.2 Landasan Teori

a. Teknologi informasi

Menurut Miarso (2007 : 62). Teknologi adalah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk , produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem.

Teknologi informasi adalah sepearangkat alat yang membantu anda berkerja dengan informasi dan melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan pemrosesan informasi (Haaq & Keen,1996).

b. Promosi

Menurut Gitosudarmo “2000:237” Promosi ialah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

c. CRM (*Customer Relationship Management*)

CRM merupakan strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. CRM mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan dan media (Kotler 2003).

d. E-CRM

E-CRM menurut John W.Satzinger, Robert B.Jackson, dan Stephen D.Burd (2005, p20) adalah proses yang mendukung marketing, penjualan, dan operasi layanan melibatkan interaksi pelanggan langsung dan tidak langsung melalui internet.

3.3 Metode pengembangan Sistem

Metode SDLC merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan pengembangan sistem informasi berbasis komputer. Metode SDLC menggunakan pendekatan yang disebut pendekatan air terjun (*waterfall approach*), yang menggunakan beberapa tahapan dalam mengembangkan sistem. Tahap tersebut dinamakan *waterfall* karena pada setiap tahapan sistem akan dikerjakan secara berurut menurun dari satu ke tahap yang lain

(Supriyanto, 2005:271). Supriyanto (2005 : 272) menjelaskan tahapan tahapan metode penelitian SDLC sebagai berikut :

a. Tahap perencanaan sistem

Tahap perencanaan adalah tahap awal pengembangan sistem yang mendefinisikan perkiraan kebutuhan sumber daya seperti perangkat fisik, manusia, metode (teknik dan operasi), dan anggaran yang sifatnya masih umum (belum rinci).

b. Analisa kebutuhan sistem

Tahap analisa kebutuhan sistem merupakan tahap penelitian atas sistem yang telah ada dengan tujuan merancang sistem yang baru atau diperbaharui. Tahap ini merupakan tahap kritis dan sangat penting karena akan menentukan berhasil tidaknya sistem yang akan dibangun atau dikembangkan.

c. Perancangan sistem

Tujuan pada tahap perancangan sistem adalah untuk memenuhi kebutuhan kepada para pemakai, serta memberikan gambaran yang jelas dan rancang bangun yang lengkap kepada pemrogram komputer dan ahli teknik lain yang terlibat.

d. Implementasi

Tahap implementasi atau penerapan adalah tahap dimana desain sistem dibentuk menjadi suatu kode (program) yang siap untuk dioperasikan.

e. Manajemen dan pemeliharaan

Tahap pemeliharaan merupakan tahap yang dilakukan setelah implementasi, yang meliputi pemakaian atau penggunaan, audit, peninjauan, perbaikan, dan peningkatan sistem.

3.4. Rancangan Program

Dalam melaksanakan kerja praktek ini, penulis menggunakan beberapa macam metode, yaitu metode pengamatan, analisis, pengumpulan data, wawancara serta perancangan sistem yang bersangkutan yaitu :

Pengamatan

Dalam hal ini penulis melaksanakan penelitian ke Springhill Lampung pada bagian Pemasaran di jalan Imam Bonjol KM 11 , kemiling Bandar Lampung.

Analisis

Metode pendekatan sistem yang akan digunakan penulis adalah metode analisis dan perancangan sistem terstruktur, yaitu berorientasi pada sistem yang sedang berjalan di bagian pemasaran.

Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data agar lebih akurat. Data yang didapat, diperoleh dari data penjualan tahunan yang diarsipkan oleh Sales Administrasi Marketing (SAD), data yang diarsipkan terdapat Data konsumen, stock lokasi dan daftar promosi berikut dengan harga.

Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data) dengan cara menemui responden. Penulis melakukan wawancara dengan Bp. Alfi Sahri selaku Koordinator Marketing, berikut beberapa pertanyaan dari wawancara tersebut ialah :

1. Bagaimana sistem pemasaran yang ada di Springhill Bandar Lampung ?
2. Siapa saja yang menjadi target pemasaran Springhill ?

3. Dimana sajakah pemasaran melakukan Promosi agar menarik konsumen ?
4. Apa yang dilakukan agar konsumen tetap bertahan dengan Springhill ?
5. Mengapa sistem yang ada menjadi kurang efektif dalam menjangkau konsumen ?

3.4.5 Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan tahapan pengembangan prosedur dari sistem yang ada untuk menghasilkan model baru yang akan dibuat. Tujuan dari perancangan sistem adalah memberikan gambaran secara umum kepada pemakai tentang sistem yang baru.