

Artikel TA

by Brian Brian

| | | | |
|----------------|--|-----------------|-------|
| FILE | 13410100245_JURNAL_BRIAN.PDF (721.34K) | | |
| TIME SUBMITTED | 15-JUL-2016 08:54AM | WORD COUNT | 2249 |
| SUBMISSION ID | 689699950 | CHARACTER COUNT | 14696 |

RANCANG BANGUN APLIKASI *MONITORING* PEMASARAN BERBASIS WEB PADA PT NUANSA CERAH INFORMASI

1
Brian Prima Anggara¹⁾ Pantjawati Sudarmaningtyas²⁾ Marya Mujayana³⁾
S1 / Jurusan Sistem Informasi
Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya
Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298
Email: 1) 13410100245@stikom.edu, 2) pantja@stikom.edu, 3) ana@stikom.edu

Abstract: *PT Nuansa Cerah Informasi (NCI) a company works in in the field of service and software sales. In the last three years, it can be seen that percentage of a successful marketing which reach a cooperation agreement is relatively smaller from the total number of presentations. This is caused by the absence of monitoring on potential customer for PT NCI, so that the company cannot find out about achievement of successful presentation and achievement in getting a deal of the cooperation contract for the annual work unit. To overcome those problems, it needs a design system which can monitor the marketing process so that the success of the marketing from beginning up to getting the cooperation agreement can be controlled. From the result of the test, the application can help to monitor the marketing of product, from the product offers until getting a cooperation contract agreement in real time.*

Keyword: *monitoring, marketing, agreement of cooperation*

12
PT Nuansa Cerah Informasi (NCI) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dan perdagangan perangkat lunak, terutama terkait dengan produk perangkat lunak, jasa konsultasi, integrasi sistem dan IT *training* yang berpusat di kota Bandung. PT NCI memiliki salah satu misi yakni memberikan pelayanan prima dengan menerapkan prosedur kerja standar dan dukungan sumber daya manusia yang handal, berkualitas dan kompeten. PT NCI telah berdiri lebih dari 20 tahun dan mempunyai *audience* dari rumah sakit, perguruan tinggi, perusahaan kontraktor hingga sekolah penerbangan.

PT NCI mempunyai beberapa bagian, diantaranya adalah bagian pemasaran produk. Bagian pemasaran memiliki beberapa metode dalam memasarkan produk perangkat lunak yaitu metode telepon, mengirimkan surat, menyelenggarakan *event* atau workshop, dan mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Persatuan Rumah Sakit Seluruh Indonesia. Tujuan utama dari pemasaran ini adalah melakukan presentasi sehingga PT NCI dapat mengetahui rumah sakit mana saja yang akan membangun atau mengembangkan sistem informasi manajemen rumah sakit. Setelah dapat melakukan presentasi, bagian pemasaran akan memastikan kembali dengan cara menghubungi *customer* yang akan bekerja sama dengan PT NCI sehingga pihak PT NCI bisa melakukan negosiasi harga.

Pada tahun 2013, 2014 dan 2015, rata-rata PT NCI melakukan presentasi produk sebanyak 92 kali presentasi. Dari kegiatan presentasi tersebut hanya

mendapatkan 34% keberhasilan untuk melakukan tindak lanjut negosiasi harga dan 20% berhasil menghasilkan Surat Perjanjian Kontrak (SPK). Persentase keberhasilan yang mencapai kesepakatan kerja sama relatif lebih kecil dari total kegiatan presentasi. Hal ini disebabkan tidak terdapat *monitoring* tentang potensial *customer* bagi PT NCI, sehingga perusahaan tidak dapat mengetahui tentang pencapaian keberhasilan mendapatkan kesepakatan kontrak kerja sama dalam satuan kerja tahunan.

Monitoring adalah aktifitas yang ditujukan untuk memberikan informasi tentang sebab dan akibat dari suatu kegiatan yang sedang dilaksanakan. *Monitoring* diperlukan agar kesalahan awal dapat segera diketahui dan dapat dilakukan tindakan perbaikan, sehingga mengurangi risiko yang lebih besar.^[3]

Evaluasi adalah penentuan sistematis dari kebijakan subjek, nilai dan signifikansi, menggunakan kriteria yang diatur oleh satu set standar. Hal ini dapat membantu sebuah organisasi, program kerja, proyek atau intervensi lainnya atau inisiatif untuk menilai tujuan apapun, realisasi konsep atau usulan, atau alternatif lain, untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Atau untuk memastikan tingkat prestasi atau nilai dalam hal tujuan, maksud dan hasil dari setiap tindakan tersebut yang telah selesai dikerjakan.^[2]

2
Pada tahun 2004 American Marketing Association (AMA) menulis definisi terbaru mengenai pemasaran: "Pemasaran adalah fungsi organisasi dan

serangkaian proses menciptakan, mengomunikasikan dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan para stakeholder-nya." Menurut AMA, definisi tersebut dirumuskan berdasarkan masukan dari para pemasar di seluruh dunia, baik dari kalangan praktisi maupun akademis.^[4]

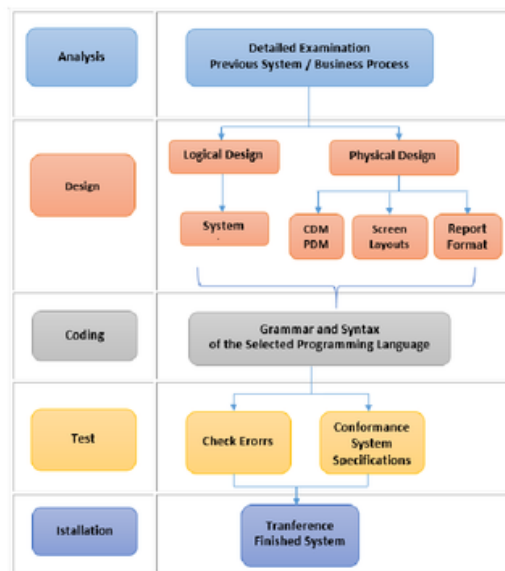
System Development Life Cycle (SDLC) atau daur hidup pengembangan adalah sebuah format perencanaan dasar yang diterapkan oleh kebanyakan pengembang perangkat lunak dari awal sistem perangkat lunak hingga sekarang.^[1]

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan sistem yang dapat me-monitoring proses pemasaran. Sehingga keberhasilan kegiatan pemasaran dari awal hingga berhasil mendapatkan kesepakatan kerja sama dapat terkontrol, serta dapat memudahkan bagian pemasaran untuk dapat melihat jadwal kegiatan pemasarannya.

METODE

Tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan analisis dan perancangan sistem aplikasi monitoring pemasaran pada PT Nuansa Cerah Informasi ini, menggunakan metode *System Development Life Cycle (SDLC)*. Tahapan tersebut dapat dilihat pada gambar 1. Tahapan dilakukan sampai dengan tahap installation, sedangkan tahap *maintenance* tidak dimasukkan ke dalam langkah pelaksanaan analisis dan perancangan.

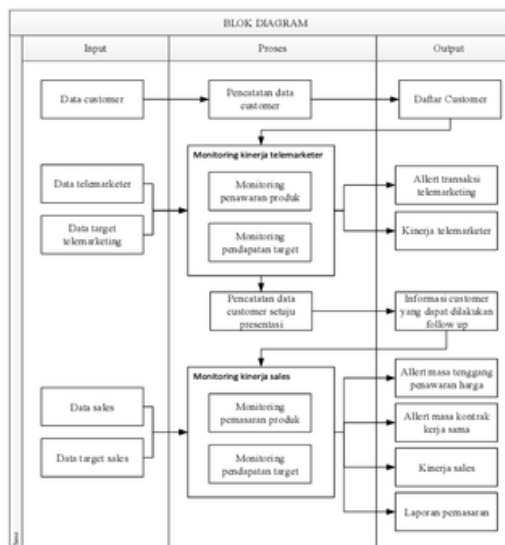
Pada tahap analisis kebutuhan sistem terdapat kegiatan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Dari kegiatan tersebut menghasilkan informasi mengenai kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan pihak PT NCI dalam menunjang proses bisnis pemasaran produknya. Kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan pengguna, kebutuhan fungsional, dan kebutuhan spesifikasi fungsional. Pada tahap desain sistem, terdapat beberapa kegiatan yaitu pengembangan atau perbaikan sistem dari sistem lama ke sistem baru. Serta desain alur data, desain interface dan juga desain laporan. Setelah desain terlaksana tahap berikutnya adalah menuliskan *script* kode pemrograman. Tahap berikutnya setelah aplikasi selesai terbuat, dilakukan *test* untuk mengecek *error* aplikasi dan kesesuaian spesifikasi sistem. Setelah dilakukan testing maka tahap akhir adalah pemasangan aplikasi.



Gambar 1 *Systems Development Life Cycle Waterfall Model*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diagram Block



Gambar 2 *Diagram Block*

Berikut ini adalah penjelasan dari alur *diagram block* yang dapat dilihat pada gambar 2. Manajer pemasaran memasukan data target untuk transaksi *telemarketing* dan pemasaran. Bagian *telemarketing* memasukan data *customer* ke dalam aplikasi sehingga dapat menghasilkan daftar *customer*. Lalu data *customer* tersebut dapat digunakan untuk menyimpan

data transaksi *telemarketing*. Apabila transaksi tersimpan dengan status ditolak atau tidak diangkat, maka aplikasi akan mengeluarkan *notification*. aplikasi juga akan *me-monitoring* pencapaian target terkini dari transaksi *telemarketing* sehingga dapat mengeluarkan laporan kinerja dari bagian *telemarketing*.

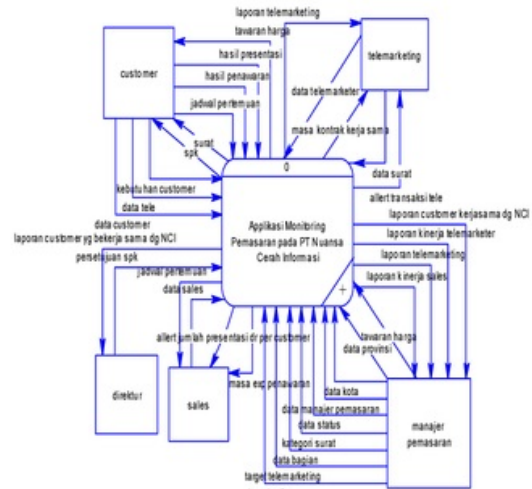
jika transaksi *telemarketing* tersimpan dengan status tertarik penawaran, maka akan mengeluarkan informasi daftar *customer* yang dapat dilakukan *follow up*. selanjutnya bagian *sales* akan mempresentasikan produk, jika *customer* tertarik dengan produk, bagian *sales* dapat membuat penawaran harga produk dengan masa tenggang tertentu. Aplikasi akan menampilkan *notification* jika masa kadaluarsa sudah mendekati akhir tanggal penawaran. Setelah *customer* sepekat untuk berkerja sama, maka masa kontrak kerja sama akan dipantau oleh aplikasi. *Notification* akan muncul jika masa kontrak kerja sama akan selesai. Aplikasi juga akan memantau pencapaian dari target pemasaran. hasil dari pencatatan transaksi pemasaran akan menghasilkan laporan pemasaran.

System Flow Monitoring Pemasaran

System flow dapat dikatan sebagai uraian aliran dokumen dan data lanjutan dari *document flow*. *system flow* ini terdapat beberapa perubahan dari sistem yang lama ke dalam sistem yang baru. Didalamnya terdapat berbagai *entity* dan *data store*. *Entity* yang terdapat pada *system flow* ada 5 yaitu: *customer*, bagian *telemarketing*, bagian *sales*, manajer pemasaran, dan direktur. Dan terdapat 13 *data store* antara lain: tabel *detail_tele*, *modul*, *kategori_surat*, *provinsi_kota*, *history_tele*, *kirim_surat*, *customer*, bagian, *karyawan*, status, *history_presentation*, *history_penawaran* dan *history_spk*.

Context Diagram

Context diagram menggambarkan asal data, dan menunjukan aliran data tersebut. *Context diagram* aplikasi *monitoring* pemasaran pada PT NIC terdiri dari 6 *external entity*, yaitu Direktur, Manajer Pemasaran, Telemarketing, dan Sales. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada gambar 3.

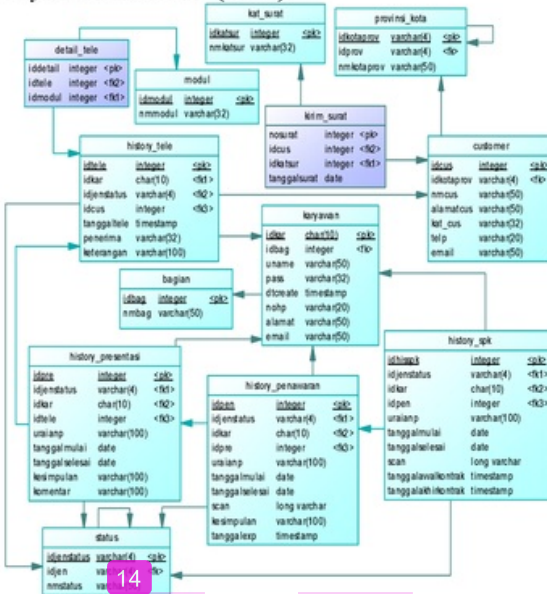


Gambar 3 Context diagram

1 Conceptual Data Model (CDM)

Pada *Conceptual Data Model* (CDM), terdapat 11 buah tabel yang saling terintegrasi secara logik diantaranya tabel modul, tabel kat sur, tabel prov_kota, tabel *history_tele*, tabel *customer*, tabel bagian, tabel karyawan, tabel *history_presentation*, tabel *history_penawaran*, tabel *history_spk* dan tabel status. Tabel tersebut terbagi menjadi 4 tabel transaksi dan 7 tabel master.

Physical Data Model (PDM)



Gambar 4 Physical Data Model

Physical Data Model (PDM) yang tertera pada gambar 4 adalah hasil dari generate CDM, terdapat 13 buah tabel yang saling terintegrasi secara logik. Tabel tersebut terbagi menjadi 4 tabel transaksi, 7 tabel master dan 2 tabel yang berasal dari hasil *many to many*.

Testing 1

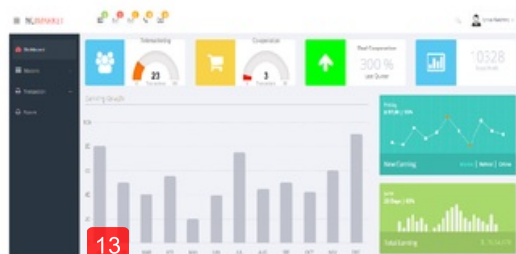
Perancangan uji coba bertujuan untuk memastikan bahwa sistem telah dibuat dengan benar sesuai dengan kebutuhan spesifikasi dan tujuan yang diharapkan. Pengujian dilakukan berdasarkan 20 *functional requirements specifications* dan diuji menggunakan metode *black box*.

Implementasi sistem

Berikut ini adalah hasil yang dikeluarkan oleh aplikasi *monitoring* pemasaran pada PT NCI.

Halaman Utama 7

Jendela halaman utama akan tampil apabila pengguna berhasil memasukkan *user id* dan *password* dengan benar pada *form login*.



Gambar 5 Tampilan Halaman Utama



Gambar 6 Tampilan Gauge Pencapaian Target Telemarketing



Gambar 7 Tampilan Gauge Pencapaian Target Telemarketing



Gambar 8 Tampilan Perbandingan Pendapatan Jumlah SPK

Tampilan yang tertera pada gambar 6 dan 7 menggambarkan pencapaian target terkini pada transaksi *telemarketing* dan pemasaran. *Gauge* akan berwarna merah gelap jika target penawaran produk dan pemasaran masih berada pada jumlah rendah. *Gauge* akan berubah dari merah gelap ke warna kuning cerah jika pencapaian target berada pada jumlah sedang, dan *gauge* akan berubah dari warna kuning cerah ke warna hijau jika pencapaian target berada pada jumlah yang mendekati angka target.

Pada gambar 4.6 menjelaskan tentang tampilan perbandingan pendapatan jumlah deal kontrak kerja sama yang didapat pada setiap kuartal tahun sekarang dengan tahun lalu.

Halaman Customer

Halaman master *customer* digunakan untuk menampilkan daftar *customer* dan memelihara data master *customer*.

LIST OF CUSTOMER

| Customer ID | Customer Name | Address | City | Category | Action |
|-------------|---------------|-------------------------------------|-----------------|----------------|--|
| CS-0001 | Tasikman, KSD | Jl. T. Ben Mubandhu No. 4, Tasikman | Asah Selatan | Komisi Sakti C | + - x |
| CS-0002 | Sabung, KSD | Jl. T. Umar Sabang | Kota Sabang | Komisi Sakti D | + - x |
| CS-0003 | Sigi, KSD | J. Prof. A. Hapid Ibrahim, Sigi | Kota Banda Aceh | Komisi Sakti C | + - x |

Gambar 9 Daftar Customer

Halaman Telemarketing

Halaman transaksi *telemarketing* digunakan untuk menampilkan daftar transaksi yang telah dibuat dan untuk memelihara data transaksi *telemarketing*.

LIST OF TRANSACTION

| Transaction ID | Customer Name | Transaction Date | Status | Presentation Progress | Action |
|----------------|-----------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| T-000004 | Tasikman, KSD | Wednesday, 10 July 2016 | Assessment And Approval | | + |
| T-000005 | Simean, KSD | Sunday, 13 July 2016 | Assessment And Approval | Has Negotiation | + |
| T-000002 | Sigi, KSD | Thursday, 10 March 2016 | Not Assessment | | + |
| T-000001 | Mag Sabanta, RI | Thursday, 10 March 2016 | Assessment But Rejected | | + |

Gambar 10 Daftar Transaksi Telemarketing

Halaman Kesepakatan Kerja Sama

Halaman transaksi kesepakatan kerja sama digunakan untuk menampilkan daftar transaksi *cooperation* dan jadwal pertemuan yang telah dibuat.

LIST OF TRANSACTION

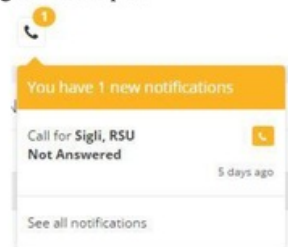
| Transaction ID | Customer Name | Start Date | End Date | Status | Presentation ID |
|----------------|-------------------|------------------------|-------------------------|-----------------|-----------------|
| NIS-00010 | Sinan, KSI | Monday 11 July 2016 | Wednesday 13 July 2016 | Yes Cooperation | NIS-00010 |
| NIS-00009 | Haji Jakarta, KSI | Tuesday 02 August 2016 | Thursday 04 August 2016 | Yes Cooperation | NIS-00007 |

Gambar 9 Daftar Transaksi *Cooperation***Notification Telemarketing**

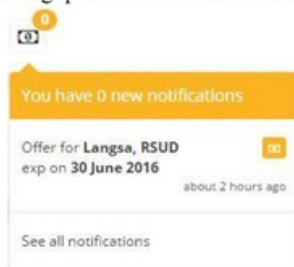
Aplikasi akan menampilkan *notification* pada 3 bulan setelah transaksi *telemarketing* dengan status "tolak penawaran" tersimpan.

Gambar 11 *Notification* Status Tolak Penawaran

Aplikasi akan menampilkan *notification* pada 5 hari setelah transaksi *telemarketing* dengan status "tidak diangkat" tersimpan.

Gambar 12 *Notification* Status Tidak Diangkat**Notification Penawaran Harga**

Apabila masa kadaluarsa penawaran akan habis 1 minggu lagi dan masih belum mendapat respon dari *customer*, aplikasi akan menampilkan *notification* bahwa 7 hari lagi penawaran tersebut akan kadaluarsa.

Gambar 13 *Notification* Status Tolak Negosiasi

1

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji coba dan evaluasi yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian ini menghasilkan Aplikasi Monitoring Pemasaran Berbasis Web Pada PT Nuansa Cerah Informasi yang dapat digunakan untuk membantu pemantauan kegiatan pemasaran produk dari kegiatan penawaran produk hingga mencapai kesepakatan kontrak kerja sama.
2. Aplikasi ini menghasilkan laporan diantaranya laporan penawaran produk, laporan pencapaian target terkini dari kegiatan *telemarketing* dan juga dari kegiatan pemasaran.

Saran

Dalam pengembangan Aplikasi *Monitoring Pemasaran Berbasis Web*, dapat diajukan beberapa saran, yaitu:

1. Aplikasi diharapkan memiliki fungsi yang dapat menghitung harga penawaran kontrak berdasarkan modul yang diajukan dari *customer* dan lama masa kontrak kerja sama.
2. Untuk proses pencatatan kegiatan presentasi dan negosiasi dapat dikembangkan ke dalam *mobile platform* seperti *Android* dan *IOS* agar dapat diakses dengan lebih mudah

RUJUKAN

1. Bronzite, M. (2008). *System Development : A Strategic Framework*. Great Britain: Springer-Verlag.
2. Rossi, P. H., Lipsey, M. W., & Freeman, H. E. (2003). *Evaluation: A Systematic Approach, 7th Edition*. Thousand Oaks, California, USA: SAGE Publications.
3. Subarsono, A. (2006). *Analisis Kebijakan Publik: Konsep, Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
4. Tjiptono, F., Chandra, G., & Andriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Indonesia: ANDI.

3

Artikel TA

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to STIKOM Surabaya

Student Paper

11%

2

repository.unhas.ac.id

Internet Source

2%

3

mde.ippm.edu.vn

Internet Source

1%

4

setkab.go.id

Internet Source

1%

5

eafm-indonesia.net

Internet Source

1%

6

eduardosenaa.blogspot.com

Internet Source

1%

7

lppm.stikesubudiyah.ac.id

Internet Source

1%

8

www.slideshare.net

Internet Source

1%

9

uniquesnda.blogspot.com

Internet Source

<1%

10

library.binus.ac.id

Internet Source

<1%

11

eprints.binadarma.ac.id

Internet Source

<1%

12

www.lowongankerjamu.net

Internet Source

<1%

13

www.sttgarut.ac.id

Internet Source

<1%

14

jurnal.stikom.edu

Internet Source

<1%

15

elib.unikom.ac.id

Internet Source

<1%

16

www.inspirasi-usaha.com

Internet Source

<1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF