

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dewasa ini memberikan begitu banyak pilihan bagi para konsumen untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini menjadikan tolak ukur bagi para produsen untuk meyakinkan para konsumen untuk dapat menggunakan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Seiring dengan adanya hal tersebut, begitu banyak kegiatan bisnis yang dijalankan oleh para produsen untuk saling bersaing guna mendapatkan keuntungan dan menjadikan diri mereka sebagai yang terdepan dalam memperoleh pengakuan dari masyarakat.

Salah satu dari kegiatan bisnis tersebut yang perlu diperhatikan ialah adanya suatu promosi untuk dapat memperkenalkan produk yang akan ditawarkan. Hal ini tentunya memberikan manfaat yang timbal balik bagi produsen dan konsumen, dimana produsen dapat menjangkau pelanggan dengan promosi yang telah dilakukan dan konsumen mendapatkan informasi dari produk yang ditawarkan tersebut.

Kecenderungan dewasa ini, begitu banyak para pengelola suatu kegiatan bisnis yang telah salah langkah dalam mengambil keputusan untuk kegiatan bisnisnya. Pengambilan keputusannya hanya didasarkan pada berbagai pendapat yang didapatkan yang tidak dapat diukur

kebenarannya. Maka dari itu tidaklah heran jika banyak kegiatan bisnis yang terpaksa *gulung tikar* atas permasalahan yang mereka hadapi. Salah satu penyebabnya ialah kurang tepatnya keputusan yang diambil tersebut.

Untuk mengatasi hal di atas, dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan suatu aplikasi yang menyediakan fasilitas untuk memberi keputusan terhadap proses bisnis yang akan dijalankan. Dengan aplikasi ini, pengelola suatu kegiatan bisnis bisa mendapatkan informasi yang akurat terkait dengan kegiatan bisnisnya, salah satu contohnya ialah menentukan media promosi yang tepat sebagai sarana untuk memperkenalkan produk yang akan ditawarkan, yang sesuai dengan sasaran utama atau pangsa pasar dari produk yang akan dipromosikan dan strategi pemasaran yang harus dilakukan. Strategi pemasaran yang akan dijalankan tentunya berbeda-beda untuk setiap tahap dari siklus hidup produk itu sendiri, sehingga pemasaran yang akan dijalankan menjadi lebih efisien. Dengan mengetahui keberadaan suatu produk dalam siklus hidupnya, dapat dirancang suatu strategi pemasaran yang berbeda untuk mencapai laba potensial.

Maka dari itu, sangatlah tepat kiranya untuk menerapkan konsep siklus hidup produk ini dalam pengambilan keputusan guna melakukan suatu promosi, apalagi mengingat bahwa pengambilan keputusan untuk melakukan promosi ini dianggap sebagai senjata untuk mencapai sasaran yang tepat dan dapat menjadi pedoman dalam menentukan kelangsungan dari berjalannya suatu kegiatan bisnis di masa sekarang maupun pada masa yang

akan datang. Informasi yang tersedia ini akan sangat efektif apabila dapat diakses melalui website oleh banyak orang dalam suatu jaringan, sehingga adanya komunikasi yang dapat dicapai antara para pelaku bisnis tertentu.

Berkaitan dengan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka pada Tugas Akhir ini akan dibangun sebuah aplikasi sistem pendukung keputusan promosi berdasarkan siklus hidup produk, dan mengambil *business process* dari PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kandatel Yogyakarta sebagai acuan bisnis dalam melakukan promosi.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka muncul pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana membangun suatu Sistem Pendukung Keputusan yang mampu menawarkan solusi yang tepat dan akurat untuk dapat melakukan promosi sebagai salah satu kegiatan dari proses bisnis yang ada ?
2. Bagaimana menerapkan konsep siklus hidup produk (Product Life Cycle) untuk mendukung sistem pendukung keputusan yang akan dikembangkan ?

I.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari pembahasan mengenai pembangunan sebuah Sistem Pendukung Keputusan Promosi pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kandatel Yogyakarta ini adalah:

1. Membangun suatu Sistem Pendukung Keputusan yang mampu menawarkan solusi yang tepat dan akurat untuk dapat melakukan promosi sebagai salah satu kegiatan dari proses bisnis yang ada.
2. Penerapan konsep siklus hidup produk (Product Life Cycle) untuk mendukung Sistem Pendukung Keputusan yang akan dikembangkan yang mampu memberikan salah satu solusi strategi pemasaran untuk tiap-tiap tahap kesiapan pembeli.

I.4 Batasan Masalah

Mengingat besarnya ruang lingkup sistem permasalahan, maka akan diberikan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Topik ini menitikberatkan pada siklus hidup produk untuk membangun sebuah Sistem Pendukung Keputusan promosi.
2. *Business Process* yang digunakan adalah *bussines process* dari PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kandatel Yogyakarta.
3. Sistem Pendukung Keputusan promosi ini dibangun hanya untuk layanan intranet PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. saja, tidak dapat diakses oleh orang banyak di luar jaringan.
4. Sistem Pendukung Keputusan yang dibangun ini merupakan salah satu proses bisnis dari serangkaian proses pemasaran yang ada.
5. *Software* yang digunakan untuk melakukan pembangunan aplikasi ini adalah:

- a. Sistem Operasi Microsoft Windows XP Profesional.
- b. Menggunakan MySql 5.0 sebagai tool untuk pembangunan *DBMS*.
- c. Menggunakan ASP .Net 2003 dengan bahasa pemrograman C# dari Microsoft Visual Studio 2003 sebagai tool untuk pembangunan *User Interface* dan aplikasinya.

I.5 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam pembangunan sistem pendukung keputusan ini adalah :

1. Metode Studi Literatur dan perangkat lunak
Metode ini dilakukan dengan cara membaca dan memahami buku-buku referensi, perangkat lunak yang sudah ada, dan media-media lain yang relevan dengan Sistem Pendukung Keputusan dan Manajemen Pemasaran.
2. Analisis
Menganalisis *business process* yang terdapat pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kandatel Yogyakarta untuk melakukan analisis dan perancangan Sistem Pendukung Keputusan.
3. Wawancara
Melakukan wawancara dengan calon pengguna (*user*) dalam hal *future-future* dan desain *interface* yang diinginkan.
4. Pembangunan aplikasi ini meliputi:
 - Analisis, berisi informasi tentang sistem yang akan dikembangkan yang dituangkan dalam laporan Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Lunak (SKPL).

- Perancangan Sistem, berisi gambaran bentuk sistem yang dikembangkan, yang dituangkan dalam laporan Deskripsi Perancangan Perangkat Lunak (DPPL).
- Pengkodean, yaitu proses penulisan program yang merealisasikan rancangan sistem, yang dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman dengan mengikuti kaidah pemrograman yang berlaku.
- Pengujian terhadap kehandalan Sistem Pendukung Keputusan guna membantu melakukan salah satu kegiatan bisnis dalam strategi pemasaran.

I.6 Sistematika Penulisan

Dokumen tugas akhir terdiri atas lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode yang digunakan, sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian dasar teori yang akan digunakan penulis dalam melakukan perancangan dan pembuatan perangkat lunak yang dapat dipergunakan sebagai pembanding atau acuan di dalam pembahasan masalah yang melandasi penyusunan dan pengerjaan tugas akhir.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN PERANGKAT LUNAK

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis dan perancangan perangkat lunak yang akan dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN PERANGKAT LUNAK

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil pengujian perangkat lunak, desain sistem dan *Acceptance Test* perangkat lunak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dari pembahasan tugas akhir secara keseluruhan dan saran untuk pengembangan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Menguraikan referensi yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir.