

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perindustrian saat ini berkembang dengan sangat pesat. Di mana, untuk mendapatkan hasil yang maksimal, di butuh kan juga alat penunjang yang efektif dalam menambah keuntungan. Masyarakat modern disibukkan dengan berbagai macam kegiatan yang menuntut mereka lebih cepat dan efisien dalam menggunakan waktu yang ada. Menambah pundi keuangan menjadi keharusan guna menunjang kebutuhan dimasa depan. Salah satu nya adalah dengan investasi.

Investasi merupakan hal yang lumrah dan bahkan menjadi kebutuhan bagi terpenuhinya kecukupan finansial. Berbagai macam investasi di tawarkan dengan kriterianya masing – masing. Investasi berupa logam mulia, bursa saham, properti, tanah kavling dan masih banyak lagi. Di antara berbagai macam investasi tersebut, tanah kavling merupakan investasi yang akan terus naik nilai investasi nya.

Kebutuhan akan investasi tidak dapat di lepaskan dari objek investasi itu sendiri. Dan seperti yang di uraikan di atas, tanah kavling merupakan objek investasi yang menjanjikan. Saat ini, perusahaan yang melakukan penawaran tanah kavling sangat beragam. Di berbagai daerah dapat di jumpai perusahaan yang menawarkan tanah kavling dengan lokasi strategis dan berlomba – lomba melakukan penjualan semaksimal mungkin. Salah satunya adalah PT. Alma Arya Mandiri.

PT. Alma Arya Mandiri merupakan perusahaan properti yang bergerak di bidang pengadaan alat berat, pengembang perumahan siap huni, dan juga penjualan

tanah kavling. Dalam beberapa tahun belakangan, profit yang di hasilkan dari tanah kavling mencapai hasil yang sangat baik. Di tambah dengan animo masyarakat akan investasi jangka panjang yang aman. Dengan semakin berkembangnya PT. Alma Arya Mandiri, di butuh kan juga sebuah sistem yang memungkinkan efisiensi data dan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli antara konsumen dengan divisi marketing. Sistem yang mampu menunjang kegiatan promosi produk yang di hasilkan oleh PT. Alam Arya Mandiri.

Kendala yang di hadapi selama ini adalah kordinasi antar *marketing* dengan *marketing*, antar konsumen dengan marketing serta *admin* dan *marketing*, masih di lakukan dengan cara manual via telepon dan pencatatan transaksi juga di lakukan dengan melakukan pencatatan manual. Hal ini menyebabkan kerap terjadinya miss komunikasi antara *marketing* satu dengan yang lain.

Pemesanan kavling juga hanya bisa di lakukan pada saat *admin* yang bersangkutan aktif dengan daftar kavling sebagai pusat koordinasi antar *marketing*. Sehingga tidak memaksimalkan waktu yang ada. Mobilisasi marketing pun menjadi terbatas dan tidak dapat melakukan transaksi kapan pun mereka inginkan.

Hal ini mendorong penulis untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada PT.Alma Arya Mandiri, yaitu suatu aplikasi marketing kavling yang di harapkan dapat menjadi solusi terbaik bagi perusahaan tersebut. Berdasarkan hal di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul "**Analisa dan Perancangan Aplikasi Marketing Kavling Mobil PT. Alma Arya Mandiri**".

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan mengkaji latar belakang masalah tersebut, dapat di ambil rumusan masalah yaitu “ Bagaimana melakukan analisa dan perancangan aplikasi *marketing kavling mobile* pada PT. Alma Arya Mandiri”.

## 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi hanya digunakan oleh pihak PT. Alma Arya (*Admin dan Marketing*).
2. *Database* menggunakan *Mysql* dan bahasa pemrograman *java*.
3. Aplikasi hanya akan berjalan ketika terhubung dengan *internet*.
4. Aplikasi hanya mampu melakukan transaksi penjualan kavling.
5. Aplikasi tidak dapat melakukan pemesanan alat berat dan penjualan rumah.
6. Aplikasi hanya mampu melakukan transaksi pembelian *cast*.
7. Aplikasi juga di gunakan sebagai alat penunjang promosi oleh divisi penjualan (*Marketing*).

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Membuat Aplikasi Marketing Kavling Mobile pada PT. Alma Arya Mandiri.

2. Membangun sistem yang memudahkan koordinasi dan memobilisasi marketing sehingga dapat melakukan transaksi pembelian kavling dimana pun dan kapan pun.
3. Mampu menanbah keuntungan dan meningkatkan penjualan kavling pada PT. Alam Arya Mandiri.
4. Syarat kelulusan dalam menempuh jenjang Strata – 1 di Universitas Amikom Yogyakarta.

## **1.5 Metode Penelitian**

Dalam pembuatan aplikasi ini, penulis menggunakan metode sebagai dasar dalam melakukan penyusunan dan penelitian. Metode tersebut antara lain :

### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.5.1.1 Studi Kepustakaan (Literatur)**

Merupakan metode pencarian data bersumber dari buku – buku, jurnal, internet atau literatur lain yang dibutuhkan sebagai tambahan referensi penulis dalam melakukan penelitian. Teknik studi pustaka ini dipakai untuk mendapatkan informasi dari pustaka berupa buku referensi, jurnal atau penelitian sebelumnya dan artikel – artikel yang berkaitan dengan program aplikasi yang akan dibuat untuk menghasilkan aplikasi yang baik.

#### **1.5.1.2 Observasi**

Metode yang menuntut peneliti untuk melakukan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung cara kerja yang dilakukan di

lapangan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai objek yang akan diteliti.

#### **1.5.1.3 Wawancara**

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan berdialog dengan narasumber yaitu pihak – pihak terkait untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

#### **1.5.1.4 Dokumentasi**

Metode pengumpulan data dengan melihat catatan atau arsip – arsip yang di izinkan yang berhubungan dengan penjualan dan pemesanan.

### **1.5.2 Metode Analisa**

#### **1.5.2.1 Analisa Kelemahan Sistem**

Menentukan permasalahan yang menjadi kendala dalam kegiatan transaksi penjualan tanah kavling yang ada, kemudian mencari solusi terbaik dalam menyelesaikan permasalahan tersebut dengan berpedoman pada analisa *SWOT* (*Strenghts, weakness, Opportunities, Threat*).

#### **1.5.2.2 Analisa Kebutuhan Sistem**

Analisa kebutuhan sistem menjelaskan mengenai kebutuhan fungsional (*functional requirment*) dan non fungsional (*nonfunctional requirment*) dalam proses penerapan Aplikasi Marketing Mobile.

### 1.5.2.3 Analisa Kelayakan Sistem

Analisa kelayakan sistem meliputi studi secara teknologi, operasional, ekonomi dan hukum.

### 1.5.3 Metode Perancangan

Menggambarkan spesifikasi sistem baru yang akan di buat, penulis menggunakan *UML (Unified Modeling Language)* untuk mempresentasikan pemodelan proses yang akan terjadi pada sistem.

### 1.5.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan sistem yang akan diterapkan adalah model sekuensial linier (*classic life cycle / waterfall model*). Berikut ini adalah tahapan yang di gunakan dalam pengembangan sistem :

1. Pemodelan proses dengan *UML (Unified Modeling Language)*.
2. Perancangan tabel.
3. Desain antar muka (*Interface Design*).

### 1.5.5 Metode Testing

Pengujian sistem diperlukan guna mengevaluasi sistem baru dengan metode *black box* dan *white box testing*. *Black box testing* digunakan untuk melakukan pengujian penggunaan *software* dengan melibatkan pengguna sistem berfokus pada kebutuhan fungsional *software*, sedangkan *white box testing* digunakan dalam melakukan pengujian dengan melihat *function* dan meneliti *source code* yang ada.

### **1.5.6 Metode Implementasi**

Metode ini digunakan untuk melakukan penerapan terhadap sistem baru yang digunakan secara menyeluruh guna menggantikan sistem yang lama.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian**

Adapun sistematika penyusunan skripsi yang meliputi beberapa bab, diantaranya :

### **BAB I Pendahuluan**

Merupakan bagian pengantar dari pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal – hal yang akan dibahas antara lain berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan serta rencana kegiatan.

### **BAB II Landasan Teori**

Isi dalam bab ini membahas tentang tinjauan pustaka dan landasan teori yang akan digunakan dalam mendukung judul penelitian.

### **BAB III Analisa dan Perancangan**

Bab ini merupakan tinjauan umum tentang objek penelitian, analisa masalah, solusi yang di tawarkan, solusi yang di pilih, analisa kebutuhan, analisa biaya dan manfaat, serta analisa kelayakan.

**BAB IV Implementasi dan Pembahasan**

Merupakan tahapan yang dilakukan dalam mengembangkan aplikasi, testing hingga penerapan aplikasi pada objek penelitian.

**BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat penulis rangkum selama proses penelitian.

