

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan cara:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu suatu cara untuk memperoleh data melalui bahan-bahan yang telah tertulis dalam jurnal, skripsi, buku, serta catatan-catatan baik tercetak maupun elektronik yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti penulis sebagai tinjauan pustaka.

2. Survei

Survei dilakukan pada CV. Citra Mandiri yang beralamat di Jl. Klipang Pesona Asri II Blog E-49, Semarang, dengan cara melihat dan datang langsung ke CV. Citra Mandiri untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Diantaranya: prosedur penjualan yang berjalan, penyusunan laporan penjualan yang terjadi.

3. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pengumpulan data terhadap narasumber pihak CV. Citra Mandiri.

3.2 Sumber Data

Sumber data merupakan data penelitian berdasarkan sumber. Sumber data dikelompokkan menjadi dua, yaitu: data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Objek penelitian yang dimaksud adalah CV. Citra Mandiri. Contoh data primer yang didapatkan adalah prosedur penjualan yang berjalan, data barang yang dijual.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung yang dapat berupa jurnal, catatan-catatan, makalah-makalah. Data sekunder yang diperoleh berupa jurnal dan catatan-catatan yang bersumber dari *internet* maupun buku.

3.3 Metode Pembangunan Sistem Menggunakan *ICONIX Process*

Metode yang digunakan untuk membangun sistem adalah metode *ICONIX Process*. Metode *ICONIX Process* mempunyai tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. *Requirements*

a. *Functional Requirements*

Aktivitas dimana data-data dikumpulkan serta diolah sesuai dengan kebutuhan fungsional yang nantinya diperlukan di dalam pembangunan atau pembangunan perangkat lunak. Hal ini menjadi modal dalam pembangunan atau pembangunan perangkat lunak dimana semua kebutuhan mulai dari kebutuhan fungsional maupun non fungsional dianalisa dan diolah sehingga menjadi satu bagian kebutuhan terhadap pembangunan atau pembangunan perangkat lunak.

b. *Domain Modeling*

Tahapan pada bagian statis UML dimana data-data yang didapatkan berasal dari kebutuhan fungsional maupun non fungsional yang diekstrak menjadi beberapa bagian untuk dapat dihubungkan sesuai kebutuhan perangkat lunak.

c. *GUI Storyboard*

Tahapan pembangunan tampilan antarmuka pengguna.

d. *Use Case Modeling*

Aktivitas dimana bagian dari tahapan *ICONIX Process* dilakukan sebuah pengidentifikasian terhadap aktor serta aktifitas kegiatan proses bisnis yang sedang berjalan sehingga memaparkan terhadap apa saja kegiatan yang dilakukan pengguna yang kaitannya terhadap tanggapan sistem.

2. *Analysis and Preliminary Design*

a. *Robustness Analysis*

Pengembangan dari tahapan analisa kemudian dilakukan proses tahapan desain.

b. *Update Domain Model*

Tahapan pengembangan dengan menghilangkan beberapa *class* yang *redundant* atau ambigu serta menambahkan beberapa *class* yang tidak ada serta atribut di dalam pemodelan domain jika terdapat obyek baru yang muncul.

3. *Detailed Design*

a. *Sequence Diagram*

Tahapan pemodelan *sequence diagram* dimana disusun terhadap diagram alir yang dilanjutkan dari tahapan *robustness diagram*. Berisi aktivitas yang dilakukan oleh pengguna ketika akan berinteraksi langsung dengan sistem yang dirancang atau dibangun.

b. *Update Domain Model*

Tahapan penambahan model yang didasarkan pada hasil pengembangan *sequence diagram* yang disesuaikan terhadap kebutuhan perangkat lunak.

4. *Implementation*

a. *Coding/Unit Testing*

Tahapan dimulainya pengimplementasian sistem dimana dilakukan proses pembuatan *coding* atau proses penerjemahan setelah pengembangan model yang dirancang sebelumnya menjadi pembangunan situs web. Dalam hal ini, pembangunan situs web menggunakan CMS (*Content Management System*).

b. *Integration and Scenario Testing*

Tahapan yang dilanjutkan setelah proses pembuatan *coding* atau proses penerjemahan ke dalam tahapan pengujian (*testing*). Tujuannya, agar pengembangan model sistem yang telah dibuat dapat diukur apakah telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pengguna maupun pengembang. Pengujian (*testing*) yang dilakukan dengan *black box testing*.

3.4 **Jenis Data**

Jenis data merupakan data penelitian berdasarkan wujud. Jenis data dikelompokkan menjadi dua, yaitu: data kualitatif dan data kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini yaitu:

1. Data Kualitatif

Jenis data yang terdiri dari kata maupun kalimat dan tidak dapat diwujudkan ke bentuk angka. Data kualitatif yang digunakan nantinya adalah sejarah objek penelitian, struktur organisasi, alur proses secara manual.

2. Data Kuantitatif

Jenis data yang terdiri dari kumpulan angka. Data kuantitatif yang digunakan adalah data harga.

3.5 Strategi Pemasaran dan Strategi Penjualan

3.5.1 Strategi Pemasaran

Menurut Bennett (1988), strategi pemasaran adalah pernyataan baik secara tersirat maupun tersurat mengenai bagaimana suatu merek produk mencapai tujuannya. Sedangkan menurut Tull dan Kahle (1990), strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan guna mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut [19].

Menurut Philip Kotler (2004), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran [20]. Bauran pemasaran tersebut terdiri dari empat unsur yaitu [21]:

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan gabungan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan ke pasar sasaran.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan biaya yang dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh produk.

3. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan lokasi untuk menyampaikan produk ke pelanggan.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan membujuk pelanggan untuk membeli/menggunakan produk.

Strategi pemasaran fokus pada bauran pemasaran dan dominasi pasar/segmentasi pasar [22]. Dominasi pasar/segmentasi pasar tersebut merupakan kegiatan memisah suatu pasar menjadi kelompok pelanggan yang berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda [23].

3.5.2 Strategi Penjualan

Menurut Warwan (1986), strategi penjualan adalah suatu cara yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada cara memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan [24]. Strategi penjualan fokus pada sistem penjualan dan distribusi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan pelanggan dalam memperoleh produk yang dibutuhkan pada *outlet* yang dikunjungi [22].

3.5.3 Perbedaan Strategi Pemasaran dan Strategi Penjualan

Strategi pemasaran fokus pada bauran pemasaran dan dominasi pasar/segmentasi pasar, sedangkan strategi penjualan fokus pada sistem penjualan dan distribusi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan pelanggan dalam memperoleh produk yang dibutuhkan pada *outlet* yang dikunjungi [22].

3.5.4 Perusahaan yang Menerapkan Strategi Pemasaran dan Strategi Penjualan

Berikut ini contoh perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran dan strategi penjualan antara lain:

1. Amazon
2. Lazada
3. ASUS
4. Samsung
5. Nike