

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dengan semakin majunya teknologi pada masa sekarang ini, kebutuhan akan informasi yang cepat dan akurat sangat diperlukan di segala bidang baik itu dunia pendidikan, perbankan, pemerintahan terutama di bidang bisnis. Salah satu bentuk perkembangan teknologi pada bidang komputer pada zaman ini adalah website. Website merupakan salah satu layanan yang menyediakan informasi secara update yang dapat diakses tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Perkembangan website semakin berkembang dikarenakan dapat berfungsi sebagai media promosi untuk memasarkan suatu produk secara online.

Sistem informasi manajemen pemasaran adalah sebuah sistem yang menyediakan informasi mengenai penjualan, promosi, kegiatan-kegiatan pemasaran, kegiatan-kegiatan penelitian pasar dan lain sebagainya yang berhubungan dengan pemasaran. Dengan adanya penggunaan sistem informasi manajemen pemasaran berbasis web pada perusahaan akan membantu perusahaan dalam hal promosi barang, memperluas daerah pemasaran serta menambah relasi untuk new customer.

Bank Bukopin merupakan salah satu bank terkemuka di Indonesia, yang berdirinya sejak tanggal 10 Juli 1970 yang memfokuskan diri pada segmen Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK), saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi bank yang masuk ke kelompok bank menengah di Indonesia dari sisi aset. Beroperasi di 22 provinsi dan memiliki 40 kantor cabang, 118 kantor cabang pembantu, 144 kantor kas, 87 kantor fungsional (layanan mikro) 39 payment point, serta 8 pick up services.

Dalam pemasaran produk, Bank Bukopin memiliki jaringan marketing komunikasi untuk memasarkan produk perbankan yaitu antara lain seperti

PrintAd (brosur, banner, billboard, dll), media cetak, media elektronik, media website serta tenaga marketing.

Dengan persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan, Bank Bukopin memerlukan suatu strategi dalam monitoring pemasaran produk perbankan khususnya di media website. Sehingga dapat mengetahui seberapa efektivitas website tersebut memberikan informasi kepada nasabah / calon nasabah.

Berdasarkan permasalahan diatas, dibutuhkan suatu sistem monitoring berbasis web, yang mana dengan hadirnya sistem aplikasi ini diharapkan dapat membantu manajemen Bank Bukopin dalam memonitoring pemasaran produk perbankan khususnya dalam media website. Berkaitan hal tersebut, diangkat permasalahan ini sebagai topik skripsi dengan judul **“Pengembangan Situs Untuk Monitoring Pemasaran Produk Perbankan Studi Kasus : PT. Bank Bukopin, Tbk”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, adapun identifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana membuat aplikasi berbasis web yang dapat diimplementasi pada monitoring pemasaran produk perbankan?
- b. Bagaimana manajemen dapat memanfaatkan aplikasi berbasis web untuk keperluan monitoring pemasaran produk perbankan?
- c. Bagaimana mengetahui perhitungan bunga dari produk deposito dan kredit KPR?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

- a) Mengidentifikasi dan memonitoring bagaimana efektivitas pemasaran produk perbankan khususnya di media web.
- b) Memudahkan nasabah / calon nasabah mendapatkan informasi mengenai produk perbankan, program hadiah perbankan dan simulasi perhitungan bunga deposito dan kredit KPR.
- c) Efisiensi waktu dalam pembukaan rekening di customer service.

1.4. Batasan Masalah

Dalam pembuatan aplikasi monitoring pemasaran produk, ruang lingkup permasalahannya hanya dibatasi pada :

- a) Penelitian ini membatasi seberapa efektivitas pemasaran produk perbankan dari pengunjung website Bank Bukopin.
- b) Penambahan content yang belum ada pada website resmi Bank Bukopin seperti jumlah visitor, informasi program hadiah perbankan, kontak pesan, simulasi perhitungan kredit (KPR), serta content formulir pembukaan rekening.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Memudahkan manajemen monitoring pemasaran produk perbankan.
- b) Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan sistem monitoring pemasaran khususnya dalam media website.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Studi Observasi

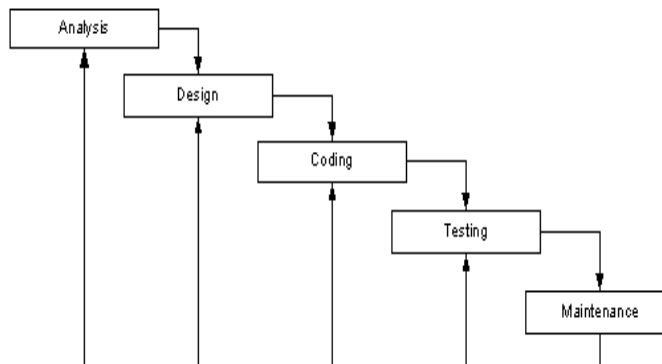
Pengamatan secara langsung pada website resmi Bank Bukopin dan menganalisa kekurangan yang belum berada pada website tersebut.

1.6.2. Studi Wawancara

Pengumpulan informasi mengenai website Bank Bukopin serta pengumpulan data pembukaan rekening sebagai bahan analisa monitoring.

1.6.3. Studi Pengembangan Sistem

Dalam pengembangan aplikasi ini digunakan metode *The Classic Life Cycle* (Paradigma *Waterfall*). Adapun tahapan-tahapan pengembangan sistem sebagai berikut:



Gambar 1.1 Metode The Classic Life Cycle / Waterfall

- a. **Analysis** adalah tahap menganalisa hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan proyek pembuatan atau pengembangan *software*.

- b. **Design** adalah tahap penerjemah dari keperluan-keperluan yang dianalisis ke dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti oleh pemakai. Yaitu dengan cara menampilkan ke dalam Diagram Konteks, *Data Flow Diagram* (Diagram Aliran Data), *Entity Relationship Diagram*, Struktur Tabel, dan Struktur Menu.
- c. **Coding** adalah tahap penerjemah data/pemecahan masalah *software* yang telah dirancang ke dalam bahasa pemrograman yang telah ditentukan.
- d. **Testing** adalah tahap pengujian terhadap program yang telah dibuat. Pengujian ini dimulai dengan membuat suatu uji kasus untuk setiap fungsi pada perangkat lunak, kemudian dilanjutkan dengan pengujian terhadap modul-modul dan terakhir pada tampilan antar muka untuk memastikan tidak ada kesalahan dan semua berjalan dengan baik dan *input* yang diberikan hasilnya sesuai dengan yang diinginkan.
- e. **Maintenance** adalah perangkat lunak yang telah dibuat dapat mengalami perubahan sesuai permintaan pemakai. Pemeliharaan dapat dilakukan jika ada permintaan tambahan fungsi sesuai dengan keinginan pemakai ataupun adanya pertumbuhan dan perkembangan baik perangkat lunak maupun perangkat keras.

1.7. Sistematika Penulisan

Sebagai acuan bagi penulis agar penulisan laporan ini dapat terarah dan tersusun dengan rapih sesuai dengan yang penulis harapkan, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan dan studi pengembangan sistem.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang mendasari penelitian untuk mendukung penulisan tugas akhir, teori yang diambil dari buku yang sesuai dengan pembahasan yang berkaitan dengan materi yang dibahas dan digunakan dalam tugas akhir

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini akan menjelaskan tentang gambaran umum Bank Bukopin meliputi profil singkat Bank Bukopin, struktur organisasi, visi & misi, proses bisnis, analisa masalah dan rencana solusi pemecahan masalah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisi perancangan aplikasi promosi yang berbasis web dengan perancangan akan menggunakan diagram-diagram UML

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran yang dibahas yang dimungkinkan untuk pengembangan perangkat lunak selanjutnya