

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

“Daur Hidup Pengembangan Sistem” dengan metode Air Terjun adalah metode yang digunakan pada riset.



Gambar 3.1 Metode Air Terjun

1. Analisis

Analisis dilakukan dengan menjabarkan sistem yang bekerja, kemudian mengidentifikasi kendala SO berdasarkan data hasil dari metode pengumpulan data dan mendefinisikan persyaratan yang harus dipenuhi untuk pembuatan sistem.

2. Desain

Desain sistem dilakukan dengan memodelkan dan mendeskripsikan sistem, yang dibentuk berdasarkan solusi kasus pada tahap analisis. Deskripsi dilakukan dengan mengamati fungsi sistem dan aliran informasi dalam sistem.

3. *Development*

Desain dikembangkan ke dalam program komputer. Hasil pengembangan sistem ini berupa program yang konsisten sesuai dengan rancangan.

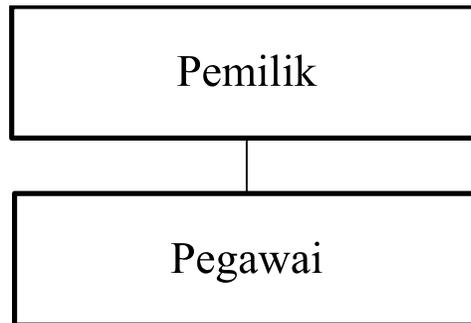
4. *Testing*

Testing berfokus ke logika dan fungsionalitas *software* yang akan diuji. *Testing* bertujuan untuk mengurangi kesalahan dan memastikan bahwa *output* yang dihasilkan memenuhi syarat.

3.2. Objek Penelitian

Pada tahun 2018, Batam Collection merupakan toko di Blok VI Balo Indah yang menjual tas, jam tangan dan sepatu. Seiring berjalannya waktu, tingkat penjualan Batam Collection semakin menurun. Bisnisnya masih konvensional. Penjualan hanyalah sebuah tatap muka kepada konsumen sebagai bentuk komitmen yaitu untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan. Usaha ini memiliki tujuan yaitu:

1. Meningkatkan pelayanan
2. Mengadakan perluasan
3. Mencapai keuntungan



Gambar 3.2 Struktur Organisasi dari toko Batam Collection

Pemilik memiliki tugas wewenang antara lain; memberikan jaminan kualitas produk terbaik, memutuskan harga barang, membuat keputusan kebijakan usaha, memantau aktivitas perniagaan, dan menerima laporan perniagaan.

Pegawai memiliki tugas seperti; menjalankan proses transaksi, melayani pembeli, melakukan pengemasan barang belanjaan pembeli, melakukan pengecekan barang sebelum diserahkan pada pembeli, dan membuat laporan perniagaan.

3.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT mengidentifikasi secara sistematis segala faktor dalam perumusan strategi usaha. Analisis ini menggunakan logika untuk meningkatkan kekuatan dan peluang, tetapi pada saat yang sama juga memperkecil kelemahan dan ancaman (Setiawan & Budiastira, 2020). Analisis SWOT meliputi:

a. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan adalah sesuatu yang bermanfaat bagi perusahaan dan kemudian digunakan untuk mengidentifikasi peluang usaha.

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan dalam perusahaan yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah sesuatu yang dapat digunakan perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

d. Ancaman (*threat*)

Ancaman adalah hal-hal yang ditemukan di lingkungan eksternal perusahaan dan dapat membahayakan kelangsungan usaha.

Ketika dimanfaatkan dengan baik, analisis SWOT dapat mengungkap halaman yang terlupakan atau tidak terlihat. Analisis SWOT pada toko Batam Collection adalah sebagai berikut:

Analisis SWOT pada toko Batam Collection		
Internal	Kekuatan (<i>strength</i>)	- Kualitas produk - Harga terjangkau - Desain produk beragam
	Kelemahan (<i>weakness</i>)	- Lingkup pemasaran terbatas - Manajemen keuangan belum baik - Perhitungan pengendalian persediaan manual
Eksternal	Peluang (<i>opportunity</i>)	- Hubungan baik dengan pemasok - Bantuan modal - Perkembangan TI
	Ancaman (<i>threat</i>)	- Persaingan dengan toko-toko sejenis

Tabel 3.1 Analisis SWOT pada toko Batam Collection

Tabel 3.1 menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman toko Batam Collection. Kekuatan (*strength*) dari toko Batam Collection adalah kualitas, harga, dan desain produk yang baik. Kelemahan (*weakness*) toko Batam

Collection yaitu promosi yang terbatas dan ketergantungan hanya pada media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, masih sistem manual dan pengelolaan keuangan yang lemah. Peluang (*opportunity*) pada toko Batam Collection antara lain dukungan permodalan dari investor dan *stakeholder*, hubungan pemasok yang baik, dan informasi perkembangan teknologi. Sementara itu, ancaman (*threat*) untuk toko Batam Collection harus bersaing dengan toko sejenis lainnya untuk mendapatkan pelanggan tetap.

Analisis SWOT matriks digunakan untuk menentukan alternatif strategi penjualan tas dan bagasi. Sebagai rangkaian tahapan sebelumnya, matriks tersebut secara jelas menguraikan keuntungan dan kerugian internal dari pemasaran bagasi dan menggabungkan peluang dan ancaman eksternal untuk merumuskan strategi pemasaran alternatif. Dalam SWOT matriks ini ada empat alternatif strategi dari gabungan dari aspek luar dalam, yaitu strategi kekuatan-peluang, kelemahan-ancaman, kelemahan-peluang, dan kekuatan-ancaman. Dengan mengidentifikasi strategi internal dan eksternal, mendapatkan keuntungan dan kerugian, peluang dan ancaman dalam pemasaran bagasi. Dari hasil identifikasi faktor eksternal dan internal, dapat dipertimbangkan perumusan strategi pemasaran alternatif. Tabel berikut menjelaskan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan saat memasarkan produk tersebut:

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk - Harga terjangkau - Desain produk beragam 	<ul style="list-style-type: none"> - Lingkup pemasaran terbatas - Manajemen keuangan belum baik - Perhitungan pengendalian persediaan manual

Peluang (Opportunity)	Strategi SO	Strategi SW
<ul style="list-style-type: none"> - Hubungan baik dengan pemasok - Bantuan modal - Perkembangan TI 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing dan memperkokoh modal, promosi dan pelanggan.. - Mempertahankan relasi yang baik dengan penyuplai dan menjamin kuantitas produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Optimisasi penggunaan berbagai media dalam memperluas lingkup pemasaran. - Pemanfaatan bantuan modal untuk meningkatkan pengendalian persediaan dan pemasaran.
Ancaman (Threat)	Strategi TO	Strategi TW
<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan dengan toko-toko sejenis 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen dengan kualitas produk dengan manajemen produksi yang baik. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi produk ditingkatkan dan memperluas lingkup pemasaran sesuai dengan tren saat ini.

Tabel 3.2 Matriks SWOT pemasaran pada toko Batam Collection

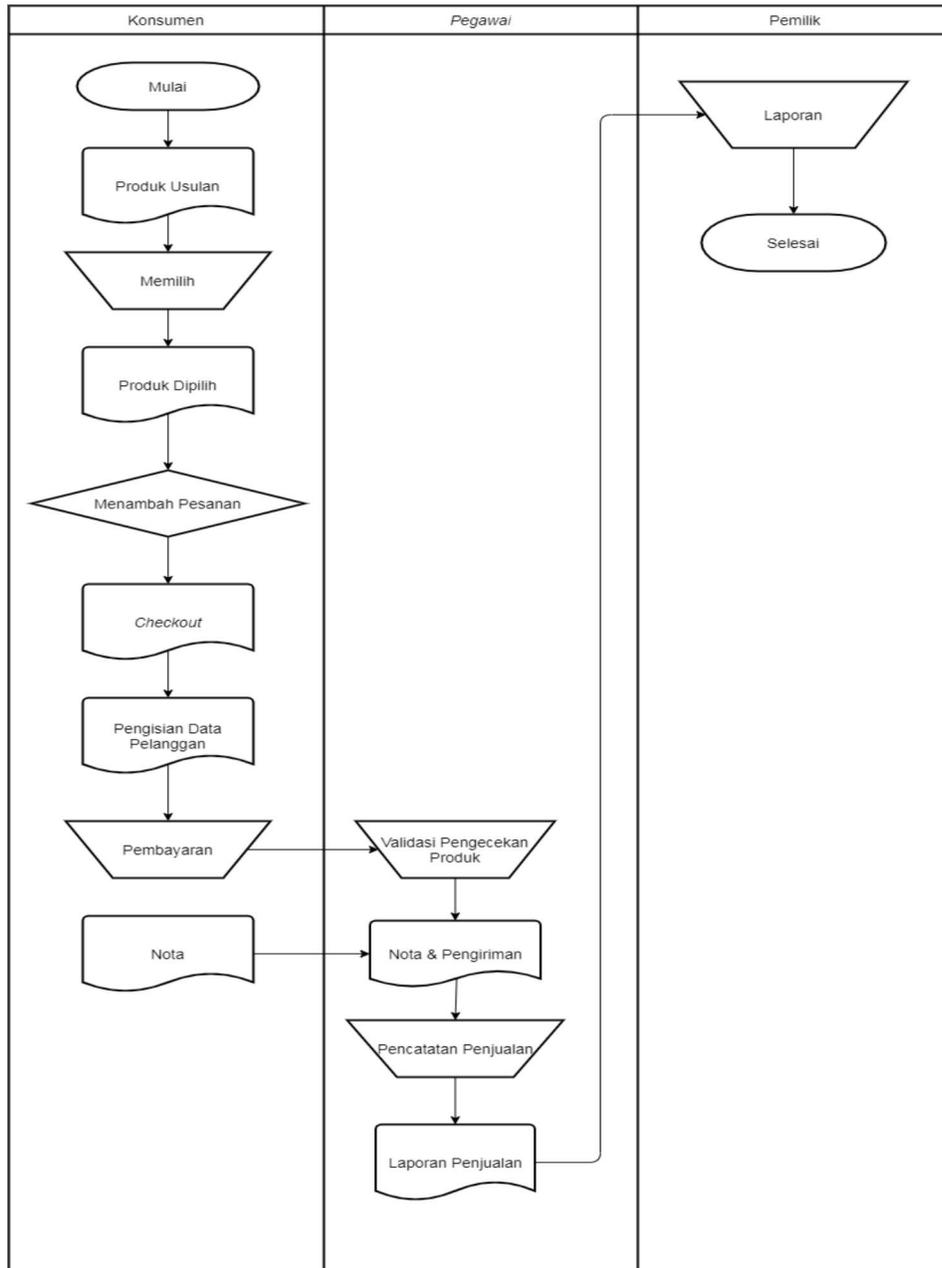
3.4. Analisis Sistem yang Berjalan

Analisis sistemnya antara lain:

1. Pembeli mengunjungi toko untuk membeli barang.
2. Karyawan memastikan bahwa barang dagangan di toko ada stoknya.
Jika tidak ada produk yang dipilih, petugas menginformasikan kepada konsumen bahwa barang dagangan yang dibeli sudah habis terjual.
3. Negosiasi harga. Apabila sepakat, produk akan langsung terjual.
4. Kemudian pembayaran dihitung dan konsumen akan membayar.
5. Karyawan akan membuat laporan setelah waktu penjualan telah habis.

3.5. Aliran Sistem Informasi Berjalan

Alur kerja pada Batam Collection digambarkan dengan *flowchart* berikut:



Gambar 3.3 *Flowchart* pada Batam Collection

3.6. Permasalahan yang Dihadapi

Kendala terhadap sistem ini antara lain:

- a. Konsumen hanya bisa mendapatkan informasi produk secara detail dengan mengunjunginya secara langsung.
- b. Karena sistem perusahaan belum daring, area pemasaran memiliki layanan yang terbatas.
- c. Pemeriksaan persediaan dan penghitungan persediaan produk akan terus dilakukan secara manual.

3.7. Solusi Pemecahan Masalah

Solusi dalam pemecahan masalah ini adalah sebagai berikut:

- a. Dengan membuat sistem *E-Commerce* untuk digunakan yang mana sistem akan memperlihatkan secara rinci semua jenis produk, mulai dari pemesanan produk hingga pembayaran dengan konfirmasi pembayaran.
- b. Membangun sistem *e-commerce* berbasis *content management system* (CMS), siapa saja dapat menggunakan sistem dan melakukan pemesanan sesuai tahapan yang terdapat dalam sistem.
- c. Dengan kalkulasi persediaan yang dilakukan dalam sistem dapat mempercepat proses kinerja, data persediaan disimpan dengan rapi dan aman di *database*, sehingga dapat dengan mudah mengontrol dan memeriksa persediaan produk.