

PERANGKAT LUNAK SURVEY PEMASARAN PRODUK ROKOK DI GUDANG GARAM

Ririn Anggraini¹, Muhammad Nasir²

Fakultas Teknik Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma
Email: ¹ririnanggraini0402@gmail.com, ²nasir@binadarma.ac.id

ABSTRAK

Perusahaan rokok Gudang Garam adalah salah satu industri rokok terkemuka di tanah air yang telah berdiri sejak tahun 1958 di kota Kediri, Jawa Timur. Hingga kini, Gudang Garam sudah terkenal luas baik di dalam negeri maupun mancanegara sebagai penghasil rokok kretek berkualitas tinggi. Mengingat tingkat persaingan pada bisnis rokok tersebut, maka setiap produsen rokok seperti Gudang Garam perlu untuk menyelami lebih jauh tentang karakteristik konsumen mereka, yaitu untuk mengetahui secara benar apa yang diinginkan oleh konsumennya. Proses survey ke konsumen yang berjalan saat ini yang dilakukan oleh tim survey / SPG PT Gudang Garam adalah mendatangi konsumen / perokok yang ada di kota Palembang. Setelah proses survey selesai selanjutnya data tersebut direkap kembali. Proses survey memakan waktu dalam perekapan dan kadang kala form survey tersebut hilang sehingga para surveyor kesulitan akan data yang ada.

Kata kunci : Perangkat lunak, Survey pemasaran, Gudang garam

ABSTRACT

The Gudang Garam cigarette company is one of the leading cigarette industries in the country that was founded in 1958 in the city of Kediri, East Java. Until now, Gudang Garam has been widely known both domestically and internationally as a producer of high quality clove cigarettes. Considering the level of competition in the cigarette business, every cigarette producer such as Gudang Garam needs to explore more about the characteristics of their consumers, that is, to find out exactly what their consumers want. The current consumer survey process conducted by the survey team / SPG of PT Gudang Garam is visiting consumers / smokers in the city of Palembang. After the survey process is complete then the data is recapitulated. The survey process takes time in recording and sometimes the survey form is lost so the surveyors have difficulty with the data.

Keywords : Software, Marketing survey, Gudang Garam

1. PENDAHULUAN

[1]. Perusahaan rokok Gudang Garam adalah salah satu industri rokok terkemuka di tanah air yang telah berdiri sejak tahun 1958 di kota Kediri,

Jawa Timur. PT. Gudang Garam dengan pengalaman panjang dan didukung kemampuan profesional serta teknologi tinggi, Gudang Garam selalu berupaya menghadirkan merek-merek berkualitas tinggi yang dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumennya. Baik merek yang sudah mengakar kuat di masyarakat maupun merek-merek yang baru atau akan dilahirkan, seluruhnya memiliki positioning dan karakteristik yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Keunikan spesifikasi ini diharapkan mampu memenuhi harapan serta kebutuhan setiap penikmat kretek yang berbeda-beda. [2]. Perangkat lunak (Software) adalah program komputer yang terasosiasi dengan dokumentasi perangkat lunak seperti dokumentasi kebutuhan, model desain, dan cara penggunaan (user manual). [3]. Software merupakan kumpulan dari perintah atau fungsi yang di tulis dengan dengan aturan tertentu untuk memerintahkan komputer melaksanakan tugas tertentu.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan oleh penulis kurang lebih selama 3 bulan, mulai dari bulan April - Juni 2019 yang akan dilakukan dengan mengunjungi PT Gudang Garam yang ada di Jl. Soekarno Hatta No.2553, Karya Baru, Alang Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30153 untuk mengumpulkan data yang tepat sesuai dengan penelitian.

2.1. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

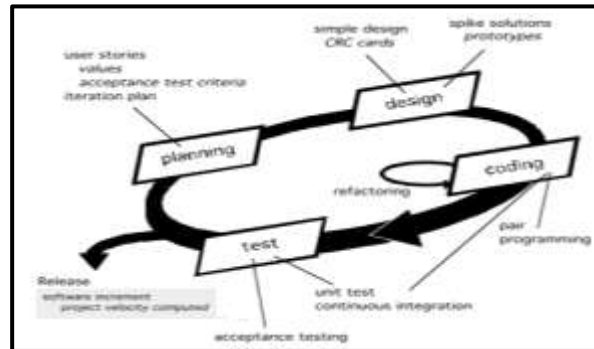
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung ke Ibu Lestari pada bagian divisi marketing.

2. Studi Pustaka

Metode Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengamati serta membaca an mempelajari makalah ataupun refrensi yang sudah ada yang berhubungan dengan masalah tersebut.

2.2 Metode Pengembangan Sistem

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Extreme Programming* (XP). *Extreme Programming* (XP) merupakan suatu pendekatan yang paling banyak digunakan untuk pengembangan perangkat lunak cepat. Alasan menggunakan metode Extreme Programming (XP) karena sifat dari aplikasi yang di kembangkan dengan cepat melalui tahapan-tahapan yang ada meliputi : Planning/Perencanaan, Design/Perancangan, Coding/Pengkodean dan Testing/Pengujian. Adapun tahapan pengujian pada Extreme Programming dapat di jelaskan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Tahapan Extreme Programming (XP)

1. Planning/Perencanaan

Pada tahap perencanaan ini dimulai dari pengumpulan kebutuhan yang membantu tim teknis untuk memahami konteks bisnis dari sebuah aplikasi. Selain itu pada tahap ini juga mendefinisikan *output* yang akan dihasilkan, fitur yang dimiliki oleh aplikasi dan fungsi dari aplikasi yang dikembangkan.

2. Design/Perancangan

Tahapan ini adalah mendesain aplikasi dimana dapat menggunakan Class-Responsibility-Collaborator (CRC) cards dan mengatur class pada object-oriented.

3. Coding/Pengkodean

Tahapan ini adalah proses pembuatan koding program yang melibatkan satu atau lebih orang untuk menyusun kode.

4. Pengujian

Pada tahapan ini lebih fokus pada pengujian fitur dan fungsionalitas dari aplikasi.

2.3. Coding (Pengkodean)

[4]. Berdasarkan hasil *design* (perancangan) pada tahap penelitian yang dilakukan penulis, yaitu hasil dan pembahasan dari penelitian ini, adalah menghasilkan rancangan perangkat lunak survey yang dapat digunakan oleh *user*. Peneliti mengimplementasikan rencana tindakan dan harapan dapat menyelesaikan masalah. Selanjutnya, setelah model dibuat berdasarkan sketsa dan menyesuaikan isi yang akan ditampilkan berdasarkan kebutuhan *user* atau pengguna. Hasil kegiatan dan tahapan-tahapan pengembangan system yang telah dilakukan berupa suatu system dari rancangan-rancangan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya yang terdiri dari desain *file*, desain *input*, dan desain *ouput*.

1. Halaman Login Admin

Halaman menu login berfungsi untuk masuk ke dalam system. Sebelum masuk ke dalam system, admin terlebih dahulu memasukkan user id dan password.

2. Halaman Utama Admin

Halaman utama admin merupakan halaman yang dapat digunakan oleh admin dimana terdiri atas beberapa menu antara lain menu tim survey, menu jadwal survey, menu, questioner, menu rekapitulasi survey dan menu hasil survey. Bentuk dari halaman utama admin seperti gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Halaman Utama Admin

3. Halaman Daftar Tim Survey

Halaman tim survey merupakan halaman menampilkan daftar tabel tim survey yang akan melakukan survey di lokasi. Bentuk dari halaman daftar tim survey seperti gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Halaman Daftar Tim Survey

4. Halaman Form Tim Survey

Halaman form tim survey merupakan halaman yang berisi form untuk menambah, menghapus dan mengubah nama – nama tim survey. Bentuk dari halaman form tim survey seperti gambar 3 berikut ini :

A screenshot of a web form titled "TIM SURVEY". The form contains four input fields: "No. ID", "Nama", "Alamat", and "Telepon". Below the fields are two green buttons labeled "Kirim" and "Batal". The form is centered on a dark background.

Gambar 3. Form Tim Survey

5. Halaman Daftar Jadwal Survey

Halaman Daftar jadwal survey merupakan halaman yang menampilkan daftar jadwal surveyor. Bentuk dari halaman jadwal tim survey seperti gambar 4 berikut ini :

A screenshot of a web page titled "Daftar Jadwal Survey". The page features a header with navigation links: "beranda", "tentang kami", "kontak", "daftar jadwal", "daftar user", and "logout". Below the header is a large image of a cityscape. Underneath the image, the text "Daftar Jadwal Survey" is displayed. A table is shown with the following columns: "Survei", "Tanggal", "Waktu", and "Status". The table contains three rows of data. At the bottom of the page, there is a footer with the text "© 2018 Bina Darma Conference on Computer Science".

Gambar 4. Daftar Jadwal Survey

6. Halaman Form Jadwal Survey

Halaman form jadwal survey merupakan halaman yang digunakan untuk menyimpan jadwal survey dari masing-masing surveyor. Bentuk dari halaman form jadwal survey seperti gambar 5 berikut ini :

Acron ID	Nama Survey	Tglp	FLSH
001	Sukan	12/02	0
002	Relaf	01/01/11	0
003	HR	02/02	0

Gambar 5. Form Jadwal Survey

7. Halaman Daftar Questioner

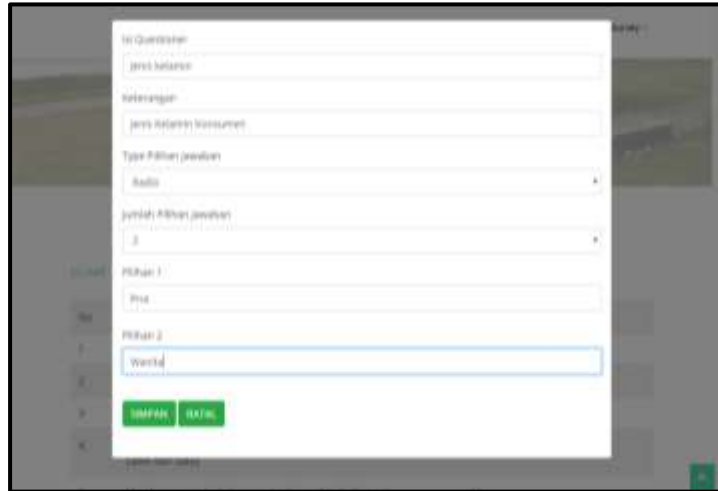
Halaman daftar questioner merupakan halaman yang digunakan untuk menampilkan daftar pertanyaan pada questioner. Bentuk dari halaman form daftar questioner seperti gambar 6 berikut ini :

No	Questioner	Jumlah Pilihan	Artisi
1	jenis kelamin	2	
2	UMR	3	
3	Pekerjaan	4	
4	Menurut anda kualitas layanan apa yang anda ingat ? (Bisa lebih dari satu)	11	

Gambar 6. Daftar Questioner

8. Halaman Form Questioner

Halaman form questioner merupakan halaman yang digunakan untuk menyimpan pertanyaan pada questioner. Bentuk dari halaman form questioner seperti gambar 7 berikut ini :



Gambar 7. Form Questioner

9. Halaman Rekapitulasi Surveyor

Halaman rekapitulasi surveyor merupakan halaman yang digunakan untuk menampilkan jumlah rekapitulasi dari masing-masing surveyor yang telah melakukan survey dilokasi. Bentuk dari rekapitulasi surveyor seperti gambar 8 berikut ini :



No	Nama Surveyor	Tanggal Survey	Lokasi Survey	Total Survey
1	maha	2019-07-22	Pagi	3

Gambar 8. Rekapitulasi Surveyor

10. Halaman Hasil Survey

Halaman hasil survey merupakan halaman yang menampilkan grafik dari hasil pertanyaan yang telah dilaksanakan selama survey di lokasi. Bentuk dari rekapitulasi surveyor sesuai dengan pertanyaan pada questioner.,

1. Grafik Jenis Kelamin Konsumen

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden Pria sama besarnya dengan responden wanita yaitu 50%.

Gambar 10. Grafik Jenis Kelamin Konsumen

2. Grafik Usia Konsumen



Gambar 11. Grafik

ik Usia Konsumen

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden yang berusia 25 tahun sebanyak 66.66 % , berumur 15-20 tahun Sebanyak 33,33 %, dan umur 21-25 sebanyak 0%.

3. Grafik Pekerjaan Konsumen



Gambar 12. Grafik Pekerjaan Konsumen

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden dengan pekerjaan mahasiswa, wiraswasta, pegawai swasta berjumlah sama yaitu 33,33 %, kecuali pegawai negeri yang berjumlah 0 %.

4. Grafik Rokok yang paling diingat konsumen



Gambar 13. Grafik Rokok yang diingat Konsumen

Dari Grafik ini terlihat bahwa rokok yang paling sering diingat oleh konsumen adalah surya pro mild dan gudang garam djaya (20%).

5. Grafik Rokok yang dikonsumsi konsumen



Gambar 14. Grafik Rokok yang dikonsumsi Konsumen

Dari Grafik ini terlihat bahwa rokok yang dikonsumsi responden rata-rata berjumlah 33,33% pada rokok sriwedari, signature mild dan surya 16.

6. Grafik Alasan Konsumen mengkonsumsi rokok pilihannya



Gambar 15. Grafik Alasan Konsumsi Rokok Pilihan Konsumen

Dari Grafik ini terlihat nilai tertinggi dari responden yang memilih rokok dari kemasan menarik berjumlah 30%

7. Grafik Tingkat Kepuasan Konsumen



Gambar 16. Grafik Tingkat Kepuasan Konsumen

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden dengan tingkat kepuasan biasa saja berjumlah 60%, dan responden dengan tingkat kepuasan sangat puas dan puas berjumlah 20%

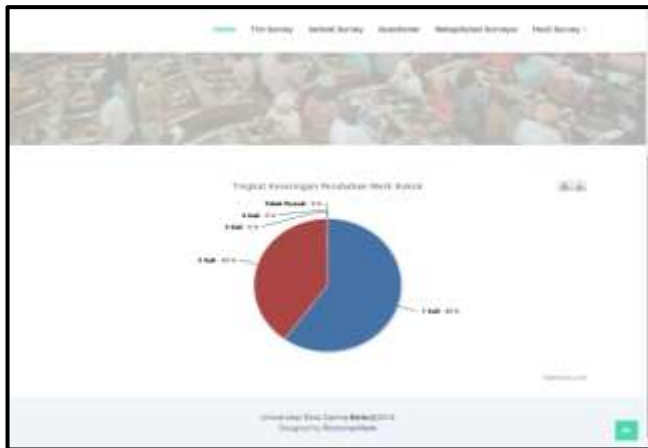
8. Grafik tingkat perubahan ke merk lain



Gambar 17. Grafik tingkat perubahan ke merk lain

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden menunjukkan nilai yang sama dari perubahan rokok ke merk lain yaitu 50%.

9. Grafik tingkat keseringan perubahan ke merk lain



Gambar 18. Grafik tingkat keseringan perubahan ke merk lain

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden yang melakukan perubahan ke merk lain sebanyak 1kali berjumlah 60% dan 2 kali berjumlah 40%.

10. Grafik penyebab perubahan ke merk lain



Gambar 19. Grafik tingkat keseringan perubahan ke merk lain

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden yang melakukan perubahan ke merk lain dengan alasan merk lain lebih terenal menjadi paling tinggi dengan 26,31%.

11. Grafik jumlah konsumsi rokok per hari



Gambar 20. Grafik konsumsi rokok per hari

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden yang mengkonsumsi rokok 1 bungkus dan lebih dari 2 bungkus perhari berjumlah 40%.

12. Grafik Lokasi pembelian rokok



Gambar 21. Grafik lokasi pembelian rokok

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden yang membeli rokok di warung dan minimarket berjumlah 40% sedangkan di hypermart berjumlah 20%

13. Grafik Pengeluaran pembelian Rokok Per Bulan



Gambar 22. Grafik pengeluaran pembelian rokok per bulan

Dari Grafik ini terlihat bahwa pengeluaran untuk pembelian rokok dari konsumen terbanyak (Rp. 100.000-150.000,-) berjumlah 60% menjadi persentase paling tinggi .

14. Grafik Promosi Rokok oleh konsumen



Gambar 23. Grafik promosi rokok

Dari Grafik ini terlihat bahwa responden yang jarang mempromosikan rokok berjumlah paling tinggi yaitu 40%.

4. KESIMPULAN

Secara garis besar, berdasarkan hasil perancangan dan pembuatan Perangkat Lunak Survey Pemasaran Produk Rokok Pada PT Gudang Garam yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Dengan menggunakan system ini, maka proses pendataan surveyor, jadwal, questioner lebih efektif dan efisien.
- b. Dengan menggunakan system ini, maka proses pelaporan ke pihak manajemen dalam bentuk grafik dapat terlaksana dengan cepat dan tepat.
- c. Sistem memberikan kemudahan baik dari sisi pengguna (admin) maupun dari Surveyor dimana proses jalannya aplikasi dapat berlangsung lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran : Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa
- [3]. Ladjamudin, Al-Bahra Bin. (2013). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [4]. Roger S.Pressman, Ph.D. (2012). *Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktisi (7th ed.)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [2]. Sukamto, Rosa Ariani & Shalahuddin, M. (2014). *Rekayasa Perangkat Lunak*. Bandung: Informatika Bandung.