

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 1997). Dengan pemasaran yang baik sebuah perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan dapat menyejahterakan semua karyawan yang terdapat di dalam sebuah perusahaan.

Dalam dunia pemasaran di era sekarang sudah terdapat campur tangan dengan teknologi yang memudahkan untuk memasarkan produk ataupun untuk menyebarkan informasi dengan lebih cepat sehingga konsumen atau target dari pemasaran dapat lebih dijangkau. Pemasaran dengan menggunakan teknologi yang sekarang lebih menguntungkan dan banyak cara yang dapat dilakukan, seperti contoh dengan membuat aplikasi ataupun dengan bantuan media sosial.

Perkembangan teknologi khususnya yang membutuhkan internet menurut survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)(2017) dari total jumlah warga indonesia yaitu sebanyak 262 juta, 143,26 juta warga indonesia telah menggunakan internet (ASJII, 2017). Kebutuhan akan internet dari tiap tahun akan terus selalu ada peningkatan, sehingga sangat mungkin apabila dimasa yang akan datang kehadiran internet akan terus dikembangkan. Dengan menggunakan internet semua informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat.

Kemudahan internet sekarang dapat dirasakan dimanapun dan kapanpun, yaitu dengan menggunakan *smartphone*. *Smartphone* adalah telepon selular yang didalamnya terdapat

micropocessor, memori, layar dan modem bawaan, yang dapat melakukan fungsi multimedia dengan fungsi hampir mirip dengan *personal computer*, dengan bentuk yang lebih kecil, dimana terdapat pesan, kamera, pemutar musik, video, email , tv, radio dan bahkan juga berfungsi sebagai kartu kredit (Brian K. Williams, 1938). Dengan menggunakan *smartpohone* semua infomasi dapat diperoleh dengan mengakses internet yang sudah terdapat pada setiap alatnya.

Di dalam *smartphone* terdapat berbagai aplikasi yang memudahkan untuk melakukan segala macam aktivitas. Pengguna dapat memasang berbagai macam aplikasi apa saja yang dapat di unduh dari ponsel pintar masing masing pengguna untuk menunjang kegiatannya. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan adalah dengan melihat informasi sebuah aplikasi sistem informasi.

Sistem informasi adalah alat untuk menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi dalam perencanaan, memulai, pengorganisasian, operasional sebuah perusahaan yang melayani sinergi organisasi dalam proses mengendalikan pengambilan keputusan (Kertahadi, 2007). Dengan kehadiran sistem informasi di ponsel pintar dapat memudahkan pengguna untuk mengkases kebutuhan informasi secara *real-time* dan juga sangat cepat tanpa perlu menggunakan perangkat laptop ataupun *Personal Computer* (PC).

Penggunaan *smartphone* dan aplikasinya saat ini sudah menjadi bagian sehari-hari bagi masyarakat perkotaan Indonesia.(Nayebi, Desharnais dan Abran, 2012) ,suatu alat yang dapat digunakan secara *mobile* dan aplikasinya dapat memberikan keuntungan bagi penggunanya, seperti mampu dibawa kemana saja dan dapat diakses dengan mudah. Banyaknya aplikasi yang ada di pasaran membuat perancangan aplikasi tersebut harus mampu mengembangkan aplikasi rancangannya agar mampu bersaing dengan aplikasi lainnya.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat belakangan ini mengharuskan Palang Merah Sleman untuk menyesuaikan tenologi yang digunakan. Teknologi yang ada sekarang adalah *sms gateway* namun dengan hal tersebut akan menyulitkan dari segi penentuan target donor dengan *stock* darah yang diinginkan dan juga tentunya di era sekarang yang sudah dikuasai oleh android tentunya sudah ketinggalan zaman sehingga membutuhkan sebuah teknologi yang mengikuti perkembangan zaman sehingga akan tetap dilihat oleh konsumen. Pada saat

ini UDD PMI SLEMAN belum memiliki teknologi yang mampu untuk memberitahu kepada masyarakat sekitar untuk datang mendonorkan darahnya pada saat melewati UDD PMI SLEMAN ataupun saat UDD PMI SLEMAN mengirimkan mobilnya untuk mengikuti sebuah acara atau event tertentu.

Dari hasil kuesioner bagian informasi yang terdapat di lampiran yang disebarakan kepada orang yang setidaknya pernah melakukan donor minimal 1 kali, diketahui bahwa dari 60 kuseioner yang disebarakan terdapat 46 atau sekitar 76,67% orang yang tidak mengetahui bahwa terdapat mobil UDD PMI Sleman yang terdapat pada event yang mereka datangi, sehingga diperlukan sebuah strategi *marketing* khususnya pada bagian promosi untuk menginformasikan kepada para calon pendonor ataupun masyarakat sekitar tentang infromasi sebuah event yang bekerjasama dengan UDD PMI Sleman ataupun informasi yang berkaitan dengan UDD PMI Sleman.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pegawai UDD PMI SLEMAN terkait dengan masalah donor darah bahwa setiap mobil UDD PMI SLEMAN yang bekerja sama dengan sebuah intitusi untuk hadir dalam setiap acara bahwa terdapat target yang telah disekapati oleh kedua belah pihak, kebanyakan permintaan dari pihak sebuah acara yang mengundang UDD PMI SLEMAN untuk hadir dalam acaranya meminta target 50 orang pendonor tetapi dari kebanyakan acara yang pernah kerjasama dengan UDD PMI SLEMAN hampir tidak pernah mencapai target yang telah di tetapkan.

Pembuatan informasi ini dibutuhkan untuk membantu dari aspek pemasaran UDD PMI SLEMAN disaat menghadiri sebuah acara ataupun menyebarluaskan informasi untuk para pendonor agar lebih sadar akan kebutuhan informasi tentang donor darah. Penyebaran infomasi kepada pendonor harus dilakukan dengan cepat sehingga kebutuhan ataupun stock darah yang dibutuhkan oleh UDD PMI SLEMAN dapat terpenuhi dan dapat terjaga dari kekosongan yang ada. Sehingga pada saat UDD PMI SLEMAN menghadiri sebuah acara dan membutuhkan darah tertentu dimisalkan AB maka nantinya aplikasi akan mengirimkan kepada di daerah sekitar tersebut kepada orang yang mempunyai golongan darah AB untuk memberikan informasi untuk datang melakukan donor darah ke UDD PMI SLEMAN yang terdapat di acara tersebut.

Salah satu contoh implementasi dari sistem infromasi yang sudah diterapkan adalah pada American Eagle. Amerian Eagle merupakan sebuah raksasa yang menjual pakaian dan

aksesoris untuk pria maupun wanita. Perusahaan tersebut menerapkan teknologi sistem informasi menggunakan geofencing, dimana fokus perhatian mereka adalah pejalan kaki yang lalu lalang di outlet-outletnya. Perusahaan tersebut mengirimkan sebuah pemberitahuan (*notification*) kepada pelanggan yang memasuki daerah yang berada di sekitar outlet mereka tentang berbagai informasi terkait promosi dan informasi yang menarik pelanggan. Hasilnya adalah terjadi peningkatan pembelian dari outlet yang menerapkan teknologi tersebut dan mengakibatkan peningkatan pembelian hingga 3 kali lipat.

Dari permasalahan yang telah di paparkan pada paragraf di atas UDD PMI SLEMAN saat ini belum terdapat aplikasi yang mewakili inovasi yang mampu untuk mengundang orang untuk menerima sebuah notifikasi dari UDD PMI SLEMAN saat ini. Untuk itu peneliti melakukan perancangan pembuatan aplikasi *blood donor marketing* dengan menggunakan metode House of Quality dan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk mengevaluasi setelah sebuah aplikasi tersebut sudah selesai dibuat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah diuraikan, masalah yang dapat dirumuskan untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana rancangan *blood donor marketing promotion* yang dapat mengakomodasi kebutuhan pengguna?
2. Bagaimana hasil evaluasi tingkat penerimaan penggunaan prototipe aplikasi *blood donor marketing* yang diusulkan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Rancangan aplikasi ditunjukkan hanya untuk smartphone dengan sistem operasi android.
2. Prototipe usulan rancangan aplikasi berjenis *high fidelity*.
3. Seluruh responden pada penelitian ini adalah yang pernah melakukan donor minimal 1 kali.
4. Prosedur teknik pembuatan rancangan menggunakan pendekatan *House of quality*.

5. Tidak membuat database server pada prototipe *blood donor marketing* .

6. Tidak membahas dalam aspek biaya.

Penggunaan asumsi digunakan untuk memudahkan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian. Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengguna tidak memiliki keterbatasan fisik dalam menggunakan *smartphone*
2. Koneksi internet stabil selama penggunaan aplikasi
3. Pendonor sudah menginstal aplikasi tersebut di *smartphone* mereka.
4. Masyarakat diasumsikan sudah menginstal aplikasi sebelumnya sehingga notifikasi dapat muncul dalam radius yang sudah ditentukan.
5. Server sistem informasi *blood donor marketing* diasumsikan telah ada.

1.4 Tujuan Penelitian

Keberhasilan penelitian ditentukan oleh tercapainya suatu penelitian yang dilakukan, oleh karena itu ada tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan pada desain aplikasi yang diperlukan untuk memberikan informasi terkait dengan dekatnya mereka dengan mobil UDD PMI SLEMAN.
2. Mengetahui hasil evaluasi tingkat penerimaan pengguna prototipe aplikasi *blood donor marketing* .
3. Mengetahui informasi sebuah event yang bekerjasama dengan UDD PMI Sleman.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memahami ilmu desain interaksi dan penerapannya dalam merancang aplikasi.
- b. Memahami rancangan aplikasi sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan.
- c. Adanya media untuk UDD PMI SLEMAN yang dapat memanggil pendonor dengan sebuah aplikasi.
- d. Mahasiswa mengerti mengenai gambaran rancangan aplikasi sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kriteria kemampuan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada panduan penulisan yang telah dikeluarkan oleh Universitas Islam Indonesia (UII) yang terdiri dari enam bab, yaitu:

- **BAB I** Pendahuluan, membuat latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.
- **BAB II** Kajian Literatur, yaitu memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik penelitian diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah dijelaskan.
- **BAB III** Metode Penelitian, yaitu membuat objek penelitian, data yang digunakan dan tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas, metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu, analisis data, pembangunan model, desain dan prototyping.
- **BAB IV** Pengumpulan dan Pengolahan Data atau Pembangunan Sistem, yaitu menguraikan proses pengolahan data dengan prosedur tertentu, termasuk gambar dan grafik yang diperoleh dari hasil penelitian,
- **BAB V** Pembahasan atau Pengujian sistem dan Pembahasan, pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis hasil yang telah didapatkan dari pengambilan data kemudian diolah yang kemudian dapat dipaparkan hasil penelitian mengenai perancangan aplikasi blood donor marketing
- **BAB VI** Penutup, yaitu berupa kesimpulan yang menjadi pernyataan singkat yang didapatkan peneliti dengan menggunakan urutan angka (123...). dan juga berisi saran pengembangan penelitian yang selanjutnya dilakukan.