BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Farhan Surya Indah atau Farhan Surya Indah Tours & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa dalam membantu menyiapkan fasilitas untuk pelayanan umroh. PT. Farhan Surya Indah memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mempersiapkan semua kebutuhan dan persiapan perjalanan pelanggan dengan menyediakan berbagai paket perjalanan umroh, sehingga semua perjalanan yang dilakukan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan harga yang bersaing. PT. Farhan Surya Indah memiliki beberapa paket untuk melakukan perjalanan umroh. Paket itu sendiri dibagi menjadi beberapa, seperti Umroh Reguler (9 Days), Umroh Reguler (12 Days), dan Umroh Reguler (15 Days). Pelanggan dari perusahaan ini tersebar di wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat. Pada periode Juni tahun 2018 sampai Juni tahun 2019, pelanggan yang melakukan umroh mencapai lebih dari 2790 orang dan lonjakan pelanggan terjadi pada bulan puasa atau bulan ramadhan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Een Endrawati selaku Direktur Utama dan Ibu Nur Faizah selaku pihak Divisi *Marketing* di PT. Farhan Surya Indah dalam mengelola dan menjaga hubungan dengan pelanggan, divisi marketing mengalami kesulitan dalam menentukan pelanggan yang akan mendapatkan voucer produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan calon pelanggan baru, karena Divisi *Marketing* belum mengetahui pelanggan atau calon mana yang memiliki potensi besar untuk menggunakan produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh perusahaan sehingga, Divisi *Marketing* belum bisa menetapkan pelanggan yang akan mendapatkan voucer untuk penjualan kepada calon pelanggan baru dan pelanggan lama yang pernah menggunakan produk dan jasa perusahaan. Permasalahan selanjutnya adalah Divisi *Marketing* mengalami kesulitan dalam menentukan paket tour yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan maupun calon pelanggan baru, hal ini disebabkan oleh Divisi *Marketing* yang menetapkan

sendiri paket tour yang akan ditawarkan tanpa mementingkan dan memperhatikan minat serta kebutuhan dari pelanggan. Akibatbya, paket tour tersebut kurang diminati oleh pelanggan dan calon pelanggan baru dikarenakan tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Kemudian berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama Bapak Ade Ilyas selaku Kepala Divisi Operational mengatakan bahwa penyampaian keluhan, kritik dan saran masih dilakukan secara lisan, beberapa pelanggan merasa kesulitan dalam memesan paket kepada perusahaan karena proses pemesanan hanya dilakukan melalui koordinator lapangan daerah masing-masing kota dan datang langsung ke perusahaan, yang menjadi kendala dalam pemesanan disini yaitu pemesanan paket yang diinginkan pelanggan, pelanggan harus datang langsung sehingga pelanggan harus meluangkan waktu untuk datang langsung memesan paket. Permasalahan lainnya yaitu pelayanan pelanggan (*customer service)* masih terdapat pelanggan yang merasa kurangnya fasilitas yang dapat membantu mereka untuk mendapatkan informasi paket yang tersedia pada perusahaan.

Customer Relationship Management (CRM) adalah proses mendukung perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara real time dan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan melalui penggunaan informasi tentang pelanggan [1]. Konsep dasar CRM diawali dengan mengenal, mengetahui, dan menggali apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mewujudkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggannya. Hal tersebut sangat bermanfaat untuk menciptakan kesan yang baik terhadap perusahaan dengan perlakuan yang membuat keinginan pelanggan terwujudkan yang hasilnya adalah kesetiaan yang diberikan pelanggan pada perusahaan. Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep yang menghubungkan antara CRM tradisional dengan CRM berbasis web yaitu E-CRM. E-CRM adalah suatu aplikasi internet atau suatu teknologi yang berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dan kualitas dari suatu proses bisnis. Jenis CRM yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Analitycal CRM, pengambilan keputusan dengan metode

ini dilakukan setelah melalui proses analisis, pemodelan dan evaluasi terhadap data yang tersimpan untuk menghasilkan sebuah hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Framework yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dynamic CRM, framework ini menjelaskan tentang tahapan pada pembangunan atau penerapan CRM yang berfokus terhadap tiga inforamasi, yaitu informasi mengenai pelanggan, informasi untuk pelanggan dan informasi oleh pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dalam penelitian ini akan dilakukan Pembangunan Sistem Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) PT. Farhan Surya Indah Jakarta..

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah yang timbul yaitu:

1. Sulitnya Divisi *Marketing* dalam menentukan pelanggan yang akan mendapatkan voucer sehingga mengakibatkan belum bisa menetapkan promosi.
2. Sulitnya Divisi *Marketing* dalam menentukan paket tour yang memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga paket tour yang ditawarkan kurang diminati karena tidak sesuai dengan kebutuhan.
3. Sulitnya pelanggan dalam pemesanan paket umroh karena dalam pemesanan paket umroh pelanggan harus datang langsung ke perusahaan atau koordinator lapangan masing-masing kota.

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud

Berdasarkan latar belakang diatas, maka maksud dari penelitian tugas akhir ini adalah “Pembangunan Sistem *Electronic Customer Relationship Management* PT. Farhan Surya Indah Jakarta”.

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1) Memudahkan Divisi *Marketing* dalam menentukan pelanggan yang akan mendapatkan voucer yang ingin diterapkan.
2) Memudahkan Divisi *Marketing* dalam menentukan paket umroh.
3) Memudahkan pelanggan dalam memesan paket yang tersedia.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk mengarahkan kegiatan penelitian agar kegiatan yang dilakukan tidak menyimpang dan menghindari pembahasan yang tidak sesuai dengan topik penelitian, adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pelanggan selama 1 periode (Juni 2018 – Juni 2019), dan data paket (Umroh) yang telah ada untuk membangun hubungan antara pelanggan dan perusahaan.
b) Aplikasi *electronic customer relationship management* (E-CRM) yang dibangun mencakup proses pendaftaran pelanggan, pemasaran produk atau jasa (paket umroh), pemesanan produk atau jasa (paket umroh), pelayanan pelanggan (memberikan keluhan, saran dan kritik, pelanggan mendapatkan diskon dari pemesanan), penentuan kategori pelanggan dan penentuan pelanggan yang akan mendapatkan voucer berdasarkan kategori pelanggan.
c) Sistem yang dibangun tidak mencakup penanganan pembayaran, hanya konfirmasi pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan.
d) Jenis *Customer Relationship Management* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analytical* CRM.
e) *Framework* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dynamic* CRM.
f) Metode yang digunakan untuk menentukan segmentasi pelanggan menggunakan analisis RFM (Resensi, Frekuensi, Moneteri).
g) Menghasilkan poin atau skor RFM untuk menentukan rentang atas, bawah dan kelas interval sehingga didapat kelompok pelanggan berdasarkan poin

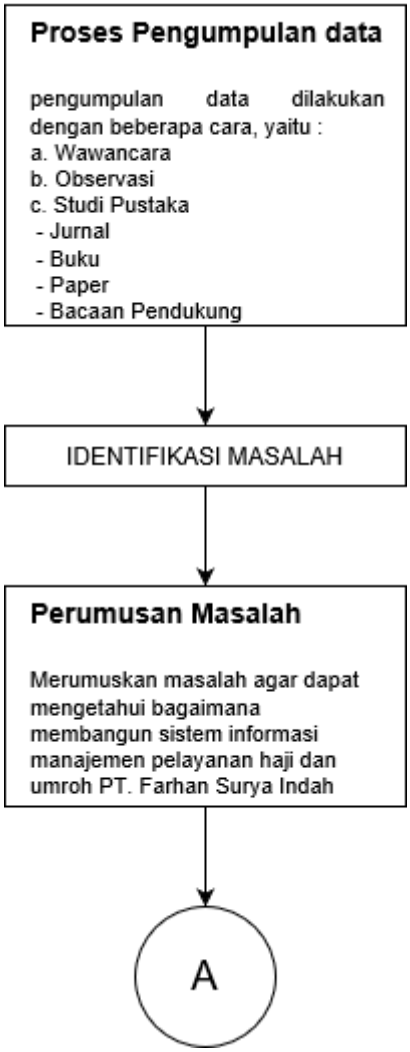
atau skor RFM untuk menentukan pelanggan yang akan mendapatkan voucer yang akan diberikan.

a) Model analisis yang digunakan adalah anilisis object oriented programming yang meliputi use case diagram, use case skenario, activity diagram, sequence diagram dan class diagram.

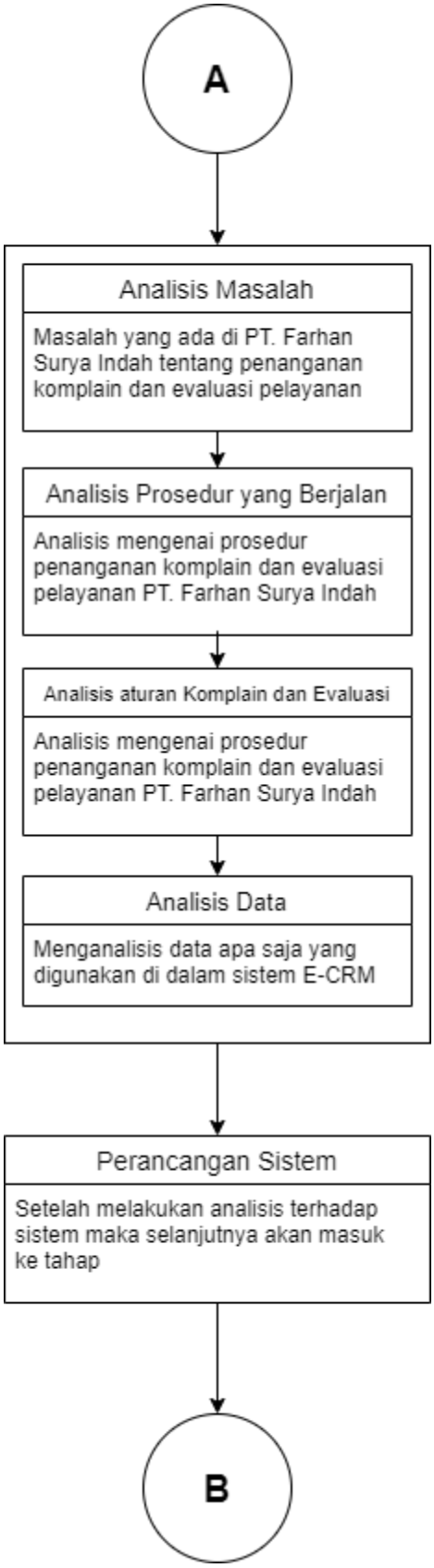
1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

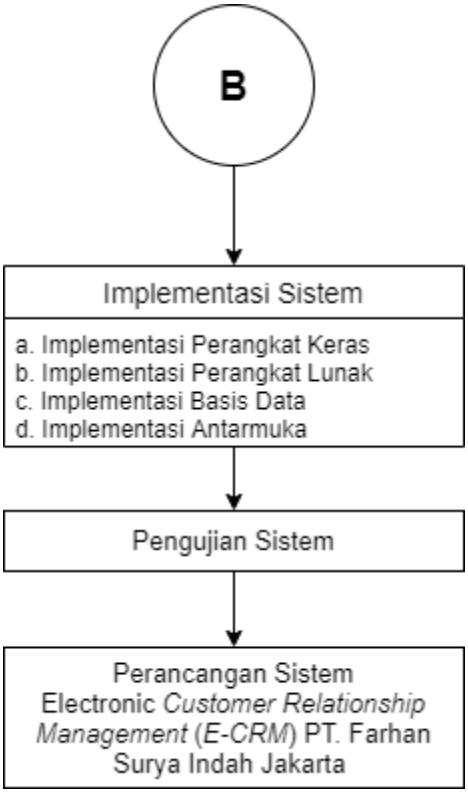
Metode penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis. Metode penelitiaan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan metode ini, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan [2].



Gambar 1. 1 Alur penelitian A



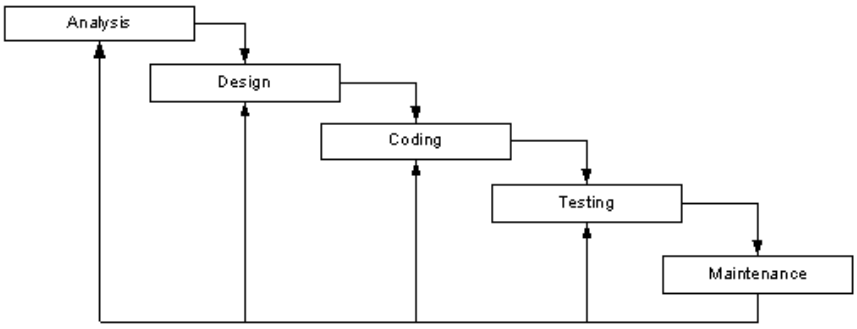
Gambar 1. 2 Alur penelitian B



Gambar 1. 3 Alur penelitian C

1.5.2 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan adalah waterfall model. Adapun prosesnya menurut pressman [3] sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Waterfall

a. Analysis, tahap menganalisis hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan pembuatan perangkat lunak agar sesuai dengan kebutuhan.

a. Design, adalah proses menterjemahkan kebutuhan ke dalam sebuah representasi software yang dapat diperkirakan demi kualitas sebelum memulai pemunculan kode sehingga dapat dimengerti.
b. Coding, adalah tahap menterjemahkan data yang telah dirancang kedalam bahasa pemrograman tertentu.
c. Testing, adalah proses pengujian terhadap perangkat lunak yang telah dibangun.
d. Maintenance, tahap dimana suatu perangkat lunak yang sudah selesai dapat mengalami perubahan-perubahan atau penambahan sesuai dengan permintaan user.

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai acuan bagi penulis agar penulisan skripsi ini dapat terarah dan tersusum sesuai dengan yang penulis harapkan, maka akan disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, tahap pengumpulan data, model pengembangan perangkat lunak dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas berbagai konsep konsep dasar dan teori-teori pendukung yang berhubungan dengan pembangunan sistem.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan membahas tentang deskripsi sistem, analisis kebutuhan dalam pembangunan sistem serta perancangan sistem

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini berisi hasil implementasi analisi dari BAB 3 dan perancangan aplikasi yang dilakukan, serta hasil pengujian aplikasi untuk mengetahui apakah aplikasi ang dibangun sudah memenuhi kebutuhan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian sistem, serta saran untuk pengembangan aplikasi yang telah dirancang.