

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UD. Dwi Putri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail yang menjual kebutuhan sandang, pangan, dan papan. yang beralamat di RT.002/RW.001, Pukat Kec. Utan Sumbawa 84352, dan RT 001/RW 004 Jl. Lintas Labuan Padi Kec. Utan Sumbawa NTB.

UD.Dwi Putri selalu berusaha untuk terus meningkatkan volume penjualan, persaingan yang dirasakan perusahaan dalam penjualan barang-barang kebutuhan pokok dirasakan cukup berat dikarenakan banyaknya perusahaan-perusahaan pesaing yang sejenis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer di Toko UD. Dwi Putri menyatakan bahwa kesulitan untuk menentukan strategi promosi yang efektif untuk dilakukan di UD. Dwi Putri, oleh karena itu perlu dilakukan analisis strategi promosi yang dilakukan di perusahaan diantaranya adalah kebijakan yang ditempuh dalam bauran promosi perusahaan antara lain Periklanan dan Pemasaran langsung, hal tersebut akan dimasukkan kedalam analisis strategi promosi. Analisis strategi promosi di perlukan agar mendapatkan strategi yg cocok dan sesuai agar pemasukan dan pengeluaran sesuai dengan hasil dan laba yg di dapatkan.

Dari Permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka sebuah perusahaan harus mempunyai strategi promosi yg sesuai untuk menambah volume pelanggan agar dapat dapat menghasilkan pendapatan dan memperoleh laba yang diharapkan. Sehingga peningkatan volume penjualan sangat diperlukan oleh perusahaan agar dapat mencapai laba serta kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan. Serta perlunya manajemen dan pengontrolan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

Salah satunya adalah dengan menerapkan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau Customer Relationship Management yang dituangkan dalam bentuk

penelitian tugas akhir dengan judul “SISTEM INFORMASI PENENTUAN STRATEGI PROMOSI DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI UD. DWI PUTRI KABUPATEN SUMBAWA”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana membangun suatu sistem informasi *Customer Relationship Management* di UD. Dwi Putri.

## **1.3 Maksud dan Tujuan**

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk membangun sistem informasi *Customer Relationship Management*. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dari pembangunan sistem informasi *Customer Relationship Management* di UD. Dwi Putri, antara lain:

1. Memudahkan Manajer dalam memperkirakan strategi yang tepat untuk digunakan sebagai strategi promosi yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.

## **1.4 Batasan Masalah**

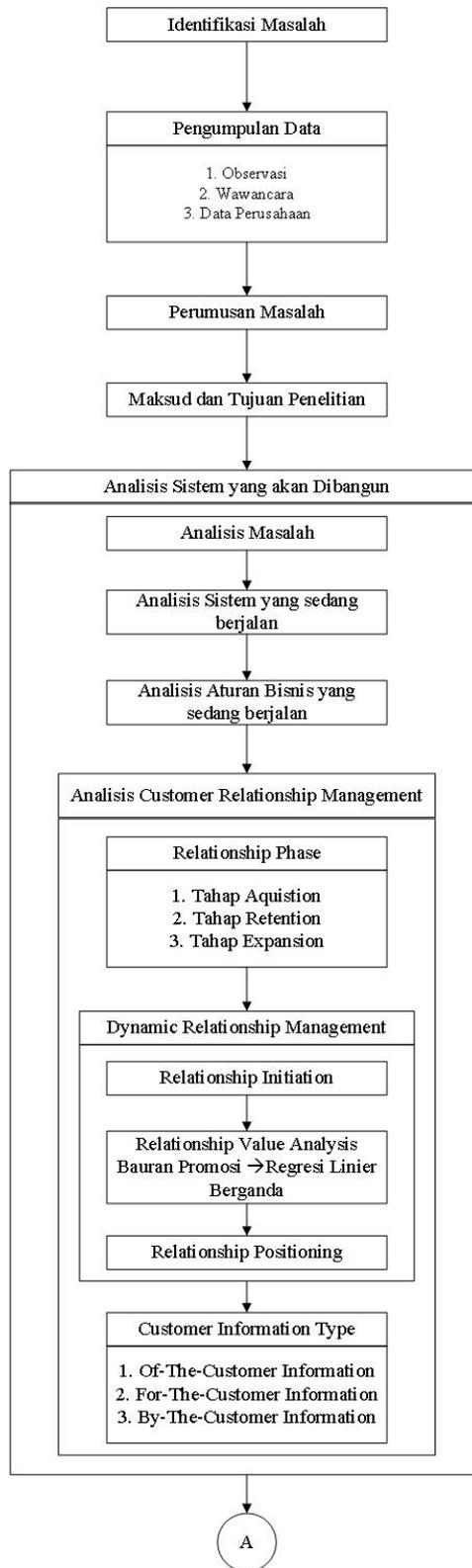
Adapun batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi *Customer Relationship Management* ini adalah sebagai berikut:

1. Data transaksi yang digunakan pada bulan Agustus 2018 hingga Desember 2019.
2. Keluaran dicapai berupa sistem informasi penjualan.
3. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Strategi.
4. *Framework* CRM yang digunakan *Dynamic* CRM.
5. Analisis yang digunakan pada Sistem Informasi Strategi Promosi adalah Bauran Promosi dengan 2 variabel (Periklanan, dan Penjualan Langsung)

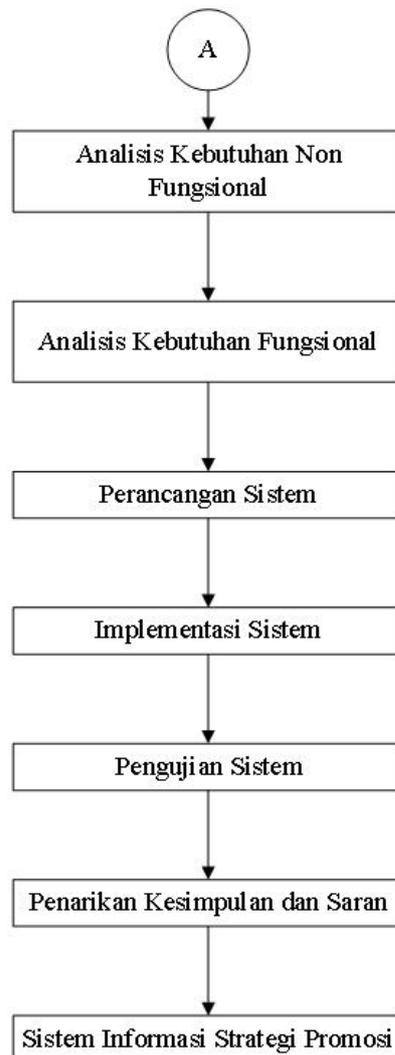
6. Metode perhitungan untuk pengolahan data biaya promosi dan penjualan menggunakan Regresi Linier Berganda.
7. Aplikasi yang digunakan pada perhitungan Bauran Promosi menggunakan IBM SPSS 26.0.
8. *Data Base Management System* (DBMS) menggunakan MySQL.
9. Bahasa pemrograman yang digunakan merupakan bahasa HTML, Codeigniter Framework untuk PHP, Bootstrap Framework untuk CSS, dan Javascript.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis dan tentunya membutuhkan data untuk mendukung terlaksananya penelitian tersebut. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui atau memberi gambaran kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan untuk mendapatkan data yang objektif. Adapun alur penelitian ini bisa dilihat pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2.



Gambar 1.1 Tahapan Metodologi Penelitian



Gambar 1.2 Tahapan Metodologi Penelitian (Lanjutan)

Pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 Metodologi Penelitian merupakan tahapan dari metodologi penelitian, berikut adalah penjelasan disetiap tahapan.

### **1. Identifikasi Masalah**

Tahapan ini merupakan tahapan awal dalam proses penelitian. Tahapan ini melakukan identifikasi masalah, sehingga dapat diketahui permasalahan yang ada di Toko UD. Dwi Putri. Studi ini dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai referensi-referensi baik itu

dari buku, jurnal, ataupun tugas akhir yang ada kaitannya dengan Sistem Informasi Strategi Promosi.

## **2. Pengumpulan Data**

Tahap ini merupakan tahapan dimana data dikumpulkan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara dengan Manajer di UD. Dwi Putri, observasi dengan mengumpulkan data perusahaan yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian dan studi pustaka dengan mempelajari data perusahaan dengan studi literatur yang bersumber dari buku dan jurnal ilmiah.

## **3. Perumusan Masalah**

Tahap ini merupakan tahapan dimana dalam tahap ini akan dilakukan dengan cara mencari masukan terhadap masalah yang diteliti melalui observasi, wawancara atau data yang berkaitan serta melakukan perumusan terhadap masalah yang dihadapi.

## **4. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Tahapan ini merupakan tahapan dimana perumusan maksud dan tujuan penelitian berdasarkan hasil rumusan masalah. Sehingga tujuan ini akan menjadi acuan terhadap peneliti dalam melakukan penelitian ini.

## **5. Analisis Sistem yang akan Dibangun**

Pada tahap ini akan dilakukan analisis sistem yang akan dibangun terdiri dari analisis strategi promosi dengan metode regresi linear, analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Berikut adalah analisis sistem yang akan dibangun:

### **a. Analisis Masalah**

Tahap ini merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dari hasil sebuah penelitian.

### **b. Analisis Sistem yang sedang berjalan**

Analisis ini merupakan proses analisis yang berhubungan dengan prosedur-prosedur yang sedang berjalan di UD. Dwi Putri.

c. Analisis Aturan Bisnis yang sedang berjalan

Analisis dilakukan untuk mengetahui aturan bisnis yang sedang berjalan di UD. Dwi Putri. Hasil identifikasinya merupakan penjelasan tahapan prosedur – prosedur yang sedang berjalan dan diperjelas dengan menganalisis proses bisnis.

d. Analisis Customer Relationship Management

Analisis Sistem Customer Relationship Management Menggunakan Framework of Dynamic CRM meliputi beberapa tahap sebagai berikut:

1). Relationship Phase

Pada fase ini merupakan fase yang harus dilewati oleh perusahaan yang akan menerapkan CRM dalam membentuk hubungan pelanggan. Informasi terkait perusahaan yang digunakan untuk mempermudah pelanggan dan calon pelanggan dalam mengetahui informasi tentang UD. Dwi Putri.

2). Dynamic Relationship Management

Pada fase ini merupakan bentuk dari orientasi hubungan antara organisasi dan pelanggan dilihat dari sudut pandang organisasi dan pelanggan. Dynamic relationship berjalan seiring dengan domain relationship phase. Domain ini terdiri dari tiga bagian yaitu relationship initiation (pendataan pelanggan), relationship value analysis (nilai pelanggan), dan relationship positioning (hubungan dengan pelanggan).

3). Customer Information Type

Fase ini merupakan tipe informasi yang berorientasi pada pelanggan. Pada domain memiliki perbedaan dalam fokus orientasi terhadap pelanggan. Domain ini terdapat tiga tipe

informasi yaitu of-the-customer information (informasi mengenai pelanggan), for-the-customer information (informasi untuk pelanggan) dan by-the-customer information (informasi oleh pelanggan).

## **6. Analisis Kebutuhan Non Fungsional**

Tahapan ini ialah menganalisis kebutuhan non-fungsional yang merupakan elemen-elemen yang diperlukan saat pembangunan sistem strategi promosi ini. Kebutuhan non fungsional terbagi menjadi empat bagian yaitu analisis perangkat keras, analisis perangkat lunak, analisis pengguna serta analisis pengkodean.

## **7. Analisis Kebutuhan Fungsional**

Pada tahap ini, analisis kebutuhan fungsional akan menyangkut konfigurasi dari komponen-komponen perangkat lunak dan perangkat keras dari suatu sistem sehingga saat instalasi dari sistem akan benar-benar menghasilkan hasil yang memuaskan. Alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum yang akan dibangun ialah diagram konteks dan data flow diagram.

## **8. Perancangan Sistem**

Tahapan ini merupakan tahapan dimana perancangan sistem informasi strategi promosi akan dilakukan. Perancangan sistem informasi ini meliputi perancangan database yang akan dibangun nantinya, perancangan struktur dari menu apa saja yang nantinya akan ada di sistem, perancangan antarmuka yang akan dibangun, dll.

## **9. Implementasi Sistem**

Pada tahapan ini akan dilakukan penerapan kedalam sistem yang berdasarkan dari hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya.

## **10. Pengujian Sistem**

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian terhadap sistem yang dibangun agar sistem dapat berfungsi sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam pengujiannya penulis melakukan pengujian menggunakan uji *blacbox*.

## **11. Penarikan Kesimpulan dan Saran**

Tahapan ini merupakan pengambilan kesimpulan dan saran untuk pengembangan sistem kedepannya.

## **12. Sistem Informasi Strategi Promosi**

Tahapan ini adalah tahapan dimana sistem informasi telah dibangun dan siap untuk digunakan. Selanjutnya akan diberikan kepada pihak perusahaan untuk dipergunakan sesuai dengan semestinya.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab 1 menjelaskan tentang latar belakang masalah yang diambil, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab 2 menjelaskan tentang tinjauan umum tempat penelitian dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai sistem informasi *Customer Relationship Management*, konsep pengelolaan data, dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

#### **BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab 3 menjelaskan tentang analisis kebutuhan dalam membangun aplikasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada aplikasi ini sesuai dengan metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan, selain itu juga terdapat perancangan antarmuka untuk aplikasi yang dibangun sesuai dengan hasil analisis yang telah dibuat.

#### **BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM**

Bab 4 menjelaskan tentang implementasi dalam bahasa pemrograman yaitu implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab 5 menjelaskan tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.