

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT. Asafa Global Wisata merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang jasa transportasi terutama dalam bidang penjualan tiket pesawat, Travel ini berdiri sejak tanggal 1 april 2019. PT. Asafa Global Wisata memiliki 5 divisi bagian , salah satunya adalah divisi pemasaran. Tugas dari divisi pemasaran adalah untuk merancang sistem pemasaran yang cocok dengan trend saat ini dengan memperhatikan sumber daya perusahaan dan keinginan customer. Hal ini berkaitan dengan manajemen sistem pemasaran. Menurut Sofjan Assauri (2013) Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian programprogram yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang[1].

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Muh. Nur Afandy dan ibu Risma Rasyid, SE. selaku direktur dan kepala bagian pemasaran pada PT. Asafa Global Wisata, diketahui bahwa perusahaan ini memiliki beberapa cara dalam memasarkan produknya diantaranya yaitu dengan cara menyebarkan brosur ke daerah sekitar perusahaannya. Penyebaran brosur ini dilakukan oleh bagian Pemasaran dengan cara membagi-bagikan brosur kepada masyarakat yang berada di sekitar wilayah perusahaan. Selain itu PT Asafa Global Wisata juga menerapkan Strategi Word Of Mouth(WOM) dalam memasarkan produknya, Strategi pemasaran ini merupakan cara pemasaran yang dilakukan dengan mempromosikan barang/jasa dari mulut ke mulut, dari satu orang ke orang lain. Penerapan strategi ini dinilai kurang efisien dikarenakan memiliki daerah pemasaran yang cukup terbatas sehingga PT Asafa Global Wisata memiliki kesulitan dalam mendapatkan pelanggan baru. Hal ini menyebabkan PT Asafa Global Wisata mengalami penurunan jumlah penjualan tiket (Lampiran 1).

Untuk itu PT Asafa Global Wisata memerlukan sebuah strategi pemasaran yang lebih efektif lagi sehingga dapat menarik minat pelanggan. Dalam menarik minat pelanggan ada beberapa pendekatan yang dapat diterapkan , diantaranya yaitu pendekatan Customer Relationship Management. Menurut Francis Arthur Buttle (2008) Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi bisnis yang memaksimalkan profitabilitas, pendapatan, dan kepuasan pelanggan dengan mengatur segmen pelanggan, mendorong perilaku yang memuaskan pelanggan, dan menerapkan proses yang berpusat pada pelanggan [2]. Penerapan CRM dalam sebuah perusahaan cukup penting sebab dengan menggunakan strategi ini maka, perusahaan dapat memahami berbagai kriteria , serta kebutuhan customernya, sehingga akan lebih mudah untuk perhatian serta menarik minat customer lainnya.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis bermaksud untuk membuat suatu sistem manajemen pemasaran dengan menggunakan pendekatan Customer Relationship management. Untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di PT. Asafa Global Wisata. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Penentuan Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (CRM) Pada PT. Asafa Global Wisata**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah di jelaskan di latar belakang maka dapat diidentifikasi permasalahan yang telah terjadi adalah :

Kepala divisi bagian pemasaran pada PT. Asafa Global Wisata kesulitan dalam menentukan strategi pemasaran untuk menarik minat pelanggan baru bagi perusahaanya.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun sistem manajemen pemasaran dengan menggunakan pendekatan CRM pada PT. Asafa Global Wisata.

Adapun tujuan yang dicapai dari sistem yang di bangun bagi PT. Asafa Global Wisata adalah :

Dapat membantu kepala divisi bagian pemasaran PT Asafa Global Wisata dalam menentukan strategi pemasran yang tepat agar dapat menarik minat pelanggan baru.

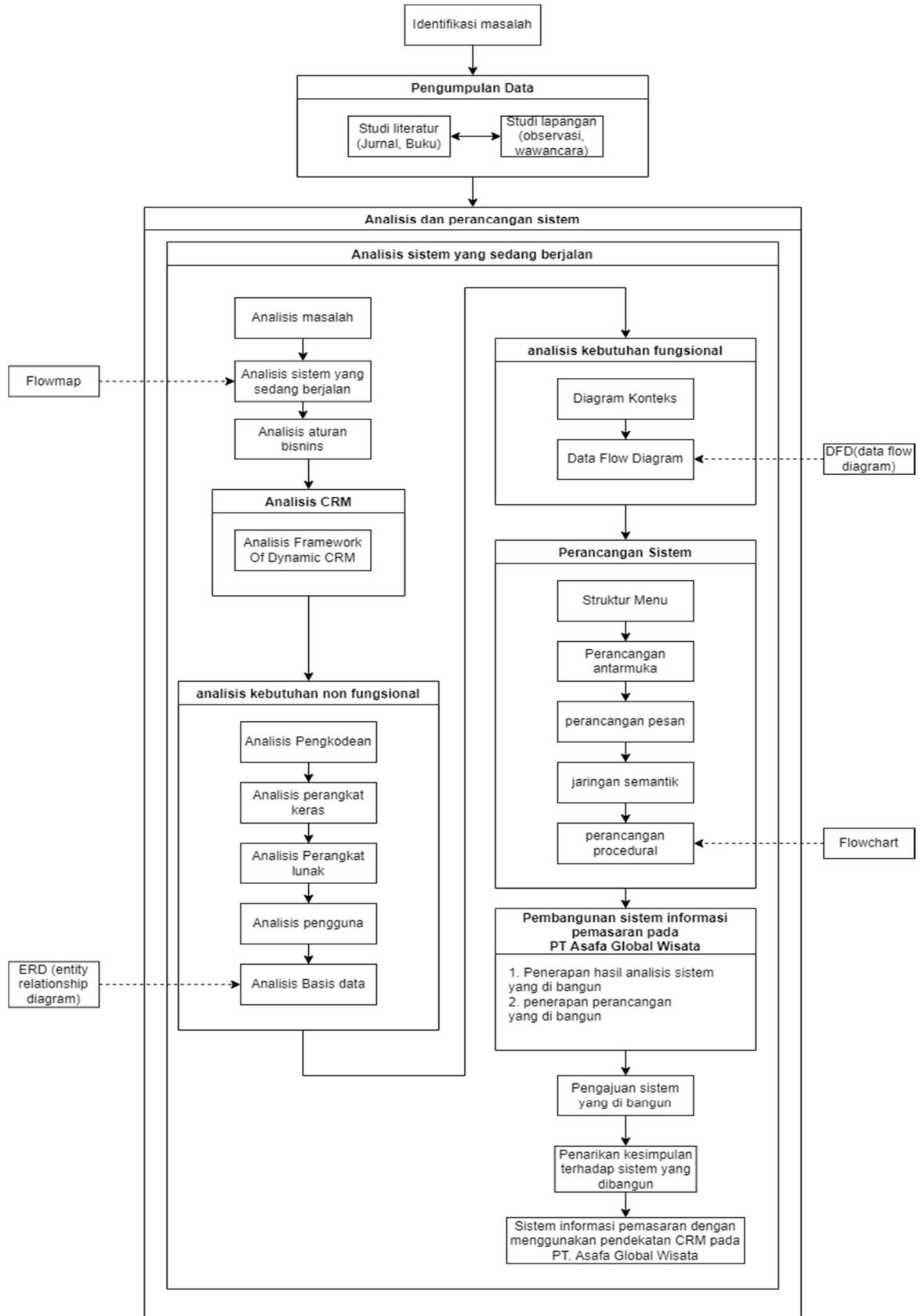
1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak keluar dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan maka, ruang lingkup pembahasan di batasi pada :

1. Data yang digunakan pada penelitian ini berupa katalog, harga, dan data pemasaran yang didapatkan dari divisi pemasaran pada PT. Asafa Global Wisata.
2. Pemodelan yang digunakan adalah pemodelan terstruktur meliputi Data Flow Diagram (DFD) dan memodelkan Entity Relationship Diagram (ERD).
3. Sistem Pemasaran yang akan di bangun berbasis Website. Dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP menggunakan MySQL
4. Sistem yang akan dibangun menggunakan pendekatan secara CRM(Customer Relationship Management)
5. Metode yang digunakan dalam pengambilan keputusan menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW)

1.5. Metodologi Penelitian

Tahapan metodologi penelitian yang digunakan dalam penulisan proposal ini terbagi menjadi tahap pengumpulan data dan tahap pembuatan perangkat lunak. Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan selama penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Metodologi Penelitian

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan beberapa metode diantaranya:

a) Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui berbagai referensi seperti buku-buku, paper, jurnal, dan artikel-artikel lain yang berkaitan dengan penelitian.

b) Observasi

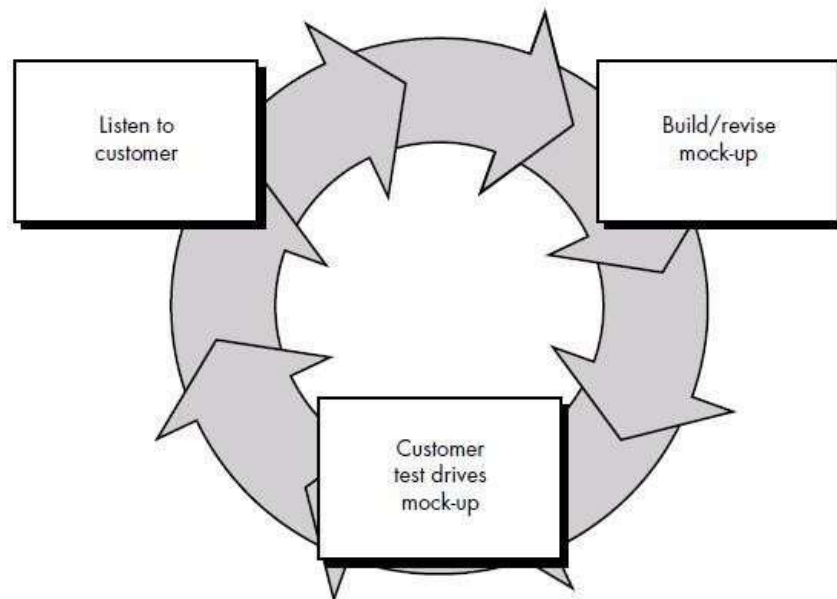
Teknik observasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan melihat langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data secara langsung.

c) Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data mewawancarai atau menanyakan poin-poin penting kepada orang yang berkaitan dengan penelitian.

1.5.2. Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Pada penyusunan Skripsi Penulis menggunakan beberapa metode dalam mengembangkan sistem yang akan di bangun. Salah satu metodenya adalah metode Prototyping. Metode Prototyping merupakan sebuah metode yang digunakan dalam mengembangkan sebuah perangkat lunak, dimana baik pelanggan maupun pengembang dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan berlangsung. Berikut ini adalah konsep kerja dari metode Prototyping



Gambar 2 Metode Prototyping

Gambar di atas merupakan gambaran dari konsep kerja metode Prototyping. Pertama dengan melakukan pengumpulan kebutuhan dilakukan dengan cara developer mendengar apa yang menjadi tujuan dan menentukan apa saja yang dibutuhkan meliputi modelinterface dan teknik prosedural. Langkah selanjutnya dengan melakukan perancangan. Perancangan dilakukan cepat dan rancangan mewakili semua aspek sistem yang diketahui, dan rancangan ini menjadi dasar prototyping. Langkah yang terakhir adalah Evaluasi. Client (pihak perusahaan) mengevaluasi prototype untuk menambah kelengkapan dari sistem yang sudah dibuat supaya lebih memperjelas kebutuhan dan siap untuk diimplementasikan.

1.6. Sistematika Penulisan

Pada sistematika penelitian ini untuk menentukan ataupun memberikan gambaran umum pada kasus yang akan di pecahkan. Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang permasalahan yang terjadi, mencoba merumuskan inti permasalahan yang dihadapi, menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian, yang diikuti dengan pembatasan masalah, asumsi, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas berbagai konsep dasar dan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan. Bisa berupa kutipan yang terdapat dari buku-buku, website, jurnal, maupun studi literatur atau penelitian sebelumnya yang mendukung dalam penyusunan penelitian ini.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini dijelaskan proses menganalisis masalah yang memaparkan proses identifikasi masalah dari sistem yang akan dibangun, analisis kebutuhan fungsional, analisis kebutuhan non-fungsional dan juga perancangan antar muka yang menggambarkan sistem yang akan dibangun.

BAB IV. IMPEMENTASI DAN PENGUJIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai proses implementasi dari hasil analisis dan perancangan yang telah dibuat dan juga disertai dengan tahapan pengujian pada sistem yang telah dibangun.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan tentang kesimpulan yang diperoleh dari tahap hasilimplementasi dan pengujian yang telah dibuat, serta terdapat saran-saran yang membangun untuk pengembangan penelitian ini selanjutnya.