

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar belakang**

CV. Idea Gemilang adalah sebuah perusahaan Bergerak di bidang perdagangan umum, termasuk pengadaan software dan hardware IT seperti, jasa pembuatan web Developer untuk perusahaan, Desktop Application, software maintenance dan sebagainya. CV. Idea Gemilang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 14 juli 2010. Pada Tahun 2021 CV.Idea Gemilang saat ini berfokus pada bidang jasa pengadaan software dan Hardware IT. Alasannya adalah pengadaan software dan hardware IT lebih laku dibanding jasa lainnya dan akan selalu dipakai untuk kedepannya. Perusahaan saat ini melayani pembuatan website suatu perusahaan, dashboard perusahaan, website keuangan perusahaan, kasir toko, website untuk membantu tender suatu perusahaan, instalasi komputer. Pada tahun 2021 CV.Idea gemilang memiliki 16 pelanggan dari berbagai perusahaan. saat ini CV.Idea Gemilang melakukan berbagai promosi seperti promosi periklanan, penjualan perorangan, dan direct marketing. Kegiatan promosi dilakukan oleh Chief Marketing Officer (CMO). Perancangan promosi dilakukan oleh CMO dan dibantu oleh CEO dan divalidasi oleh CEO. Dari bulan januari 2021 perusahaan sudah mengirimkan proposal dan presentasi ke 29 perusahaan. hasil dari promosi yang telah dilakukan oleh CV.Idea Gemilang, perusahaan telah mendapatkan total 15 pelanggan. promosi yang dilakukan kepada 15 pelanggan pada tahun 2021 itu adalah 9 personal selling dengan mengikuti tender, 5 direct marketing, dan 2 periklanan. Perusahaan memiliki 2 target pelanggan, yaitu pelanggan dari 5 perusahaan besar dan 12 pelanggan dari perusahaan kecil atau menengah atau perseorangan. Perusahaan besar adalah perusahaan yang dikelola oleh manajer profesional (bukan pemiliknya) dan memiliki jumlah pegawai ratusan dan kompleks. sedangkan

perusahaan kecil atau menengah atau perorangan adalah perusahaan yang dikelola langsung oleh pemilik dan memiliki jumlah pegawai belasan atau puluhan.

Berdasarkan hasil survey wawancara kepada Bapak Egi Fernandi selaku CEO CV. Idea Gemilang dikatakan bahwa CV. idea gemilang memiliki permasalahan dalam promosi untuk mendapatkan pelanggan. Perusahaan terlalu fokus terhadap personal selling menyebabkan promosi periklanan dan direct marketing ke calon pelanggan perusahaan kecil atau menengah atau perorangan tidak terlalu di urus atau tidak seimbang. Padahal perusahaan membutuhkan pelanggan perusahaan kecil atau menengah atau perorangan karena waktu pengerjaan singkat dan biaya yang diberikan pelanggan juga cepat. Untuk target ke pelanggan perusahaan besar sudah tercapai tetapi untuk pelanggan perusahaan kecil masih belum mencapai target. berdasarkan data pelanggan 2021 ada 10 pelanggan perusahaan besar dan 5 pelanggan perusahaan kecil atau menengah atau perorangan. 90% pelanggan di dapat dari personal selling. Personal selling hanya mendapatkan pelanggan perusahaan-perusahaan besar sedangkan direct marketing dan periklanan untuk pelanggan perusahaan kecil. Akibatnya adalah tidak mencapai target perusahaan dalam mendapatkan pelanggan perusahaan kecil atau menengah atau perorangan.

Berdasarkan permasalahan yang sudah disampaikan diatas, bahwa untuk mengatasi permasalahan promosi pada CV. Idea Gemilang adalah dengan mengembangkan promosi dengan Customer Relationship Management (CRM). Agar dapat menentukan strategi promosi yang tepat untuk mendapatkan pelanggan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka perumusan masalah tersebut adalah perusahaan kesulitan menentukan jenis promosi yang akan digunakan dan dapat memenuhi target dari perusahaan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

### **1.3. Maksud dan Tujuan**

Berdasarkan hasil penelitian latar belakang diatas, maksud dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi promosi untuk CV.Idea gemilang.Sedangkan tujuan dari pembangunan sistem ini adalah sebagai berikut :

1. membatu CEO dan CMO perusahaan dalam menentukan strategi promosi untuk mendapatkan calon pelanggan

#### **Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada pembangunan sistem informasi strategi promosi ini agar mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Data inputan yang akan diolah adalah data pelanggan, data transaksi, dan data promosi CV.Idea gemilang
2. Sistem informasi promosi yang akan dibangun berbasis website
3. Data analisis yang akan digunakan untuk pembangunan aplikasi ini adalah Entity Relationship Diagram (ERD) dan Data Flow Diagram(DFD)
4. Jenis CRM yang digunakan adalah analytical CRM. Tujuannya adalah untuk mendapatkan, menyimpan, mengekstrak, memproses, menginterpretasikan, dan melaporkan data pelanggan, data promosi kepada pengguna. dalam penelitian ini, metode analytical CRM diharapkan dapat menetapkan customer segment nya sebagai acuan untuk menentukan metode promosi yang berfokus pada masing-masing segment dan menghasilkan proses promosi yang efektif
5. menggunakan framework dynamic CRM. Pada tahapan acquire untuk mendapatkan pelanggan baru dengan cara melakukan inovasi dengan membuat jasa baru seperti mobile apps, tahap enchance untuk mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan adalah dengan memberikan jaminan perbaikan jangka panjang, dan tahap retain dengan meberikan informasi perusahaan,informasi jasa-jasa yang ditawarkan
6. Bauran Promosi yang digunakan adalah periklanan (Advertising), Penjualan Tatap Muka (personal Selling), dan Pemasaran Langsung (Direct Marketing).

7. Menggunakan bahasa pemrograman PHP, framework css seperti Bootstrap, dan Database MYSQL
8. Terdapat pengenalan mengenai jasa-jasa yang ditawarkan, produk yang sudah dihasilkan
9. Output dari sistem informasi ini adalah penjelasan mengenai jasa-jasa perusahaan, gambaran dari produk yang dihasilkan.
10. Analisis yang digunakan pada tahapan Promosi menggunakan Bauran Promosi dengan metode perhitungan Regresi Berganda.

#### **1.4. Metodologi Penelitian**

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah memberikan penjelasan lebih analisis dan bersifat subjektif. Pada metode ini peneliti menggunakan perspektif dari partisipan sebagai gambaran yang diutamakan dalam memperoleh hasil penelitian. Berikut adalah langkah-langkahnya :

