

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sekolah umum SMP IT 1 Muharam merupakan sekolah swasta yang terletak di Kabupaten Garut, kecamatan Tarogong Kaler. Sekolah ini merupakan sekolah Islam Terpadu(IT) yang mana sekolah ini menerapkan konsep pendidikan berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sekolah ini berafiliasi dengan Pondok Pesantren Asy-Syadzili. Umumnya murid dari SMP IT 1 Muharam juga merupakan santri Pondok Pesantren Asy-Syadzili, karena itulah setiap murid yang sekolah diwajibkan untuk mondok dan mengikuti kegiatan Pondok Pesantren Assyadli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Ahmad yang saat ini menjabat sebagai Kepala Sekolah dan Panitia Penerimaan Siswa Baru yang dibentuk oleh kepala sekolah, strategi promosi yang dilakukan oleh sekolah SMP IT 1 Muharam menggunakan 3 penerapan bauran promosi, antara lain yaitu *Adversting*, *personal selling* dan *Direct Marketing*. Dari ketiga bauran promosi tersebut sekolah menerapkannya dengan cara melakukan interaksi dengan orang tua calon siswa, memasang Baliho di tempat yang strategis, membagikan brosur kepada calon siswa dan orang tua siswa, serta mempromosikan melalui media sosial.

Bapak Fahmi Ahmad juga mengatakan bahwa strategi promosi ini direncanakan setiap satu tahun sekali, lebih tepatnya pada bulan Januari dan dilaksanakan pada bulan selanjutnya hingga bulan April. Promosi yang telah dilakukan saat ini terbatas pada daerah kecamatan Samarang dengan sekolah dari SDN 1 & 3 Samarang dan SDN 1 & 4 Samarang, serta daerah Kecamatan Pasirwangi dengan satu sekolah SD yaitu SDN 1 Pasirwangi. Sekolah ingin memperluas penyebaran informasi melalui promosi, tetapi merasa kesulitan menentukan promosi yang tepat, hal ini dikarenakan sekolah belum siap apabila terjadi kasus pendaftaran yang membeludak atau melebihi kuota yang bisa ditampung di SMP IT 1 Muharam. Saat ini SMP IT 1 Muharam paling bisa menampung siswa-siswi sebanyak 2 kelas dengan berisikan 20 sampai 30 orang tiap kelasnya.

Dikarenakan sekolah ini merupakan sekolah swasta, jumlah siswa yang mendaftar akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan sekolah.

Berdasarkan uraian diatas, sekolah SMP 1 IT Muharam selama ini menggunakan bauran promosi dengan cara *Adversting*, *personal selling* dan *Direct Marketing*. Untuk menyelesaikan permasalahan diatas dibutuhkan suatu pendekatan Customer Relationship Management (CRM) untuk menerapkan metode yang dapat membantu sekolah terutama Kepala Sekolah dan Panitia Penerimaan Siswa Baru dalam menentukan strategi promosi yang sesuai.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka permasalahan yang terjadi di Sekolah SMP 1 IT Muharam adalah bagaimana cara membangun sistem informasi yang dapat membantu pihak sekolah untuk menentukan jenis strategi promosi menggunakan pendekatan Customer Relationship Management (CRM).

## **1.3 Maksud dan Tujuan**

Maksud dari penelitian ini adalah membangun Sistem Informasi Strategi Promosi Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (CRM) Pada Sekolah SMP IT 1 Muharam. Adapun tujuan dari pembangunan Sistem Informasi Strategi Promosi Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (CRM) pada Sekolah SMP IT 1 Muharam adalah untuk membantu pihak sekolah menentukan jenis strategi promosi yang sesuai.

## **1.4 Batasan Masalah**

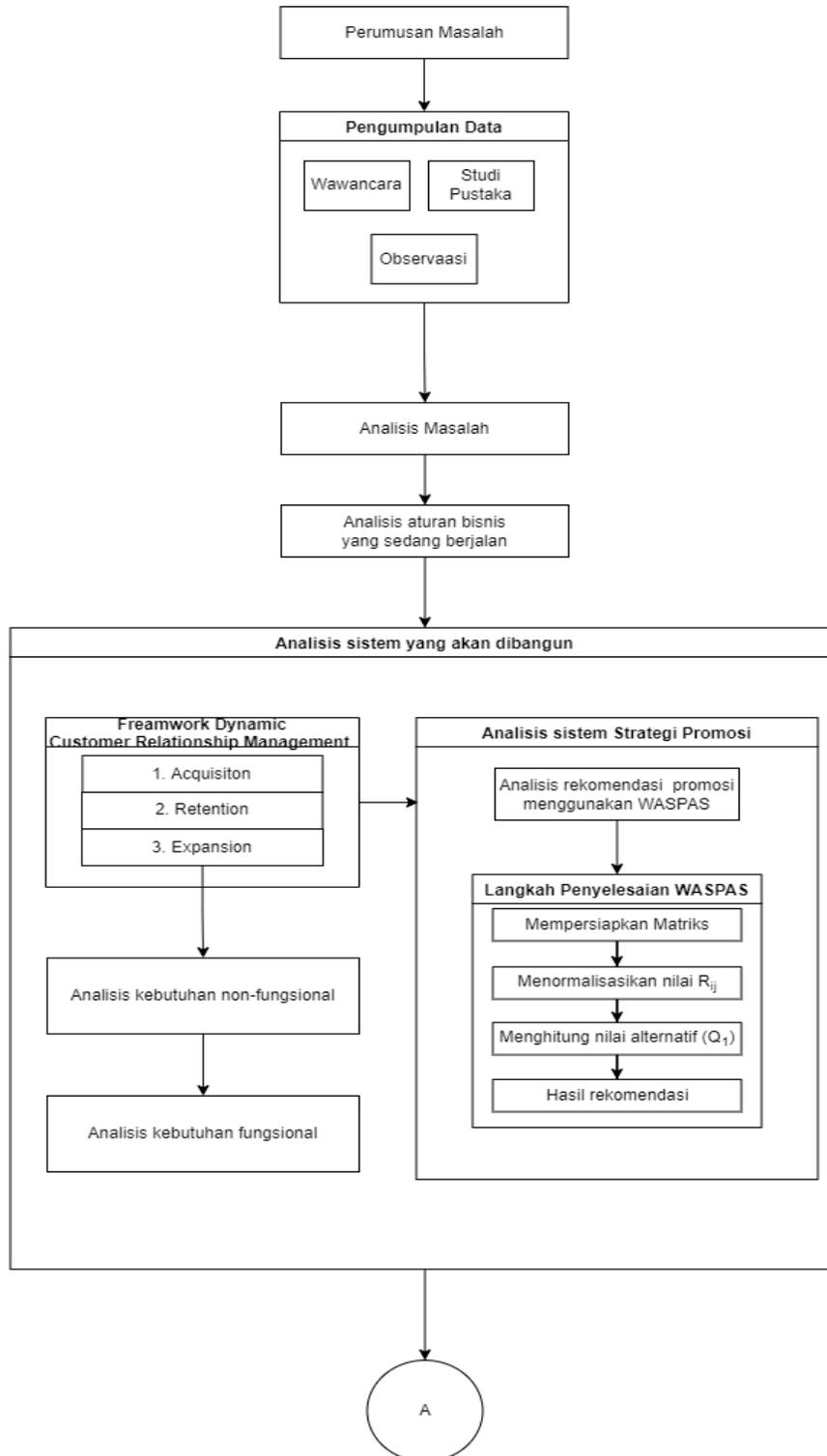
Berikut beberapa batasan masalah yang bertujuan untuk memperkecil cangkupan masalah agar penelitian dapat berfokus pada permasalahan yang ada, maka batasan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang digunakan adalah data yang berasal dari SMP IT 1 Muharam pada tahun 2018 dan tahun 2019, data tersebut antara lain adalah :

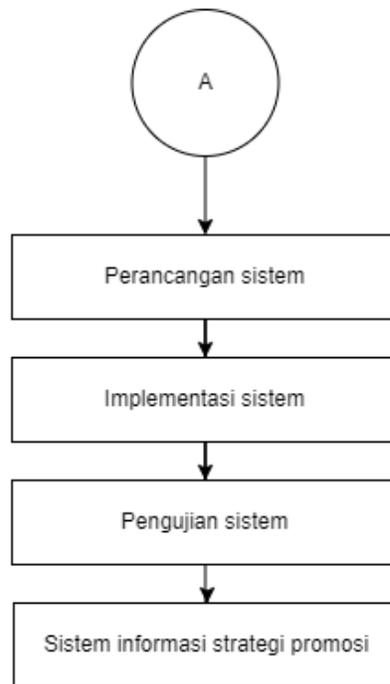
- Data Pendaftar
  - Data Promosi
  - Data Biaya Promosi
2. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Analytical.
  3. Framework CRM yang digunakan adalah Dynamic CRM
  4. Metode yang digunakan adalah metode Weighted Aggregated Sum Product Assesment (WASPAS) .
  5. Sistem Informasi Costumer Relationship Management yang dibangun berbasis web.
  6. Data Base Management System (DBSM) yang digunakan adalah MySQL

### **1.5 Metodologi Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu langkah untuk menyelesaikan suatu masalah, dan membutuhkan data untuk menjalankan suatu penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk menarik simpulan secara luas.



Gambar 1.1 Alur penelitian



Gambar 1.2 Alur penelitian 2

Berikut merupakan penjelasan dari langkah-langkah alur penelitian di atas:

### 1. Perumusan Masalah

Tahapan ini adalah tahapan awal dari proses penelitian. Tahapan ini melakukan perumusan masalah sehingga dapat mengetahui masalah yang sedang dialami di SMP IT 1 Muharam. Studi ini dilakukan dengan cara meneliti, mempelajari, menelaah berbagai referensi dari buku, jurnal, dan tugas akhir yang berkaitan dengan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM).

### 2. Pengumpulan Data

Tahap kedua yaitu pengumpulan data, pada tahap ini data terkait penelitian dikumpulkan dengan berbagai cara seperti wawancara yang dilakukan dengan kepala sekolah SMP IT 1 Muharam dan studi pustaka dengan

mempelajari data yang berasal dari tempat penelitian dengan study literatur yang bersumber dari buku ataupun jurnal ilmiah.

### **3. Analisis Masalah**

Tahap ini merupakan asumsi dari masalah yang akan dideskripsikan dari hasil studi.

### **4. Analisis Aturan Bisnis Yang Sedang Berjalan**

Pada tahap aturan bisnis ini dilakukan analisis untuk mengetahui aturan bisnis yang sedang berjalan di SMP IT 1 Muharam. Hasil identifikasinya merupakan penjelasan dari prosedur-prosedur aturan bisnis yang sedang berjalan.

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

Pada tahapan ini dilakukan analisis sistem yang dibangun terdiri dari analisis strategi promosi menggunakan metode WASPAS serta analisis kebutuhan non-fungsional dan analisis kebutuhan fungsional. Berikut merupakan analisis sistem yang akan dibangun antara lain :

#### **A. Analisis Framework CRM**

Pada tahap ini akan dianalisis kerangka kerja dari Customer Relationship Management dimana kerangka kerja ini akan diterapkan pada sistem informasi yang akan dibangun.

#### **B. Analisis Rekomendasi menggunakan metode WASPAS**

Pada tahap ini analisis dilakukan terhadap strategi promosi menggunakan bantuan metode WASPAS. Langkah penyelesaian metode WASPAS adalah sebagai berikut :

1. Memberikan nilai setiap alternatif ( $A_i$ ) pada setiap kriteria ( $C_i$ ) yang sudah ditentukan.
2. Menyiapkan Matriks Keputusan
3. Melakukan normalisasi terhadap matrik  $x$ .
4. Memberi Nilai Bobot.
5. Mengoptimalkan atribut

### C. Analisis Kebutuhan non-fungsional

Pada tahap ini dilakukan analisis kebutuhan non fungsional yang merupakan elemen-elemen yang dibutuhkan dalam pengembangan sistem strategi promosi ini. Kebutuhan non-fungsional dibagi menjadi empat bagian yaitu analisis perangkat keras, analisis perangkat lunak, analisis pengguna dan analisis pengkodean.

### D. Analisis Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan fungsional melibatkan konfigurasi perangkat lunak dan komponen perangkat keras dari suatu sistem sehingga instalasi sistem dapat memberikan hasil yang memuaskan. Alat yang digunakan untuk menggambarkan sistem umum yang akan dibangun adalah diagram flow data.

## **6. Perancangan Sistem**

Pada tahap ini perancangan sistem informasi strategi promosi akan dilakukan. Perancangan sistem informasi ini meliputi perancangan database yang akan dibangun nantinya, perancangan struktur apa saja yang nantinya akan ada di sistem, perancangan antarmuka yang akan dibangun, serta berbagai hal lainnya.

## **7. Implementasi Sistem**

Dilakukannya penerapan kedalam sistem yang berdasarkan dari hasil analisis dan perancangan yang telah di lakukan dari tahapan-tahapan sebelumnya.

## **8. Pengujian Sistem**

Pada tahapan ini dilakukan pengujian terhadap sistem yang akan dibangun agar sistem dapat berfungsi sesuai dengan tujuan penelitian.

## **9. Sistem Informasi Strategi Promosi**

Pada tahap terakhir ini sistem informasi telah dibangun dan siap untuk digunakan. Selanjutnya akan diberikan pada pihak sekolah untuk dipergunakan sesuai dengan semestinya.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sebagai acuan agar penulisan skripsi ini dapat terarah dan tersusun sesuai dengan yang diharapkan penulis, maka 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 membahas profil SMP IT 1 Muharam dan 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 yang dibangun sudah memenuhi kebutuhan.

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

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