

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, banyak perusahaan yang terus meningkatkan dan mempertahankan apa yang telah mereka capai. Hal tersebut merupakan suatu kewajiban yang harus diperhatikan oleh perusahaan jika mereka ingin mendapatkan penilaian lebih di mata para customer, baik itu usaha mikro, kecil, maupun usaha menengah. Hal tersebut merupakan cara dari sebuah perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang selama ini mereka targetkan. PT. Global Integrasi Solusi yang beralamat di Jl. Cipinang Indah Raya No.1 Jatinegara, Jakarta Timur merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Instalasi dan Konstruksi dan memberikan layanan seputar Air Conditioner, Instalasi listrik, Civil building baik untuk supply unit, instalasi , produksi, kontrak service, perbaikan maupun system outsourcing.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sondi Risandi sebagai direktur dari PT. Global Integrasi Solusi, beliau mengatakan bahwa ada beberapa cara yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi yaitu melalui cara *door to door* atau dari mulut ke mulut dikarenakan perusahaan ini memiliki *networking* yang cukup luas maka cara tersebut digunakan sebagai salah satu media promosi untuk mendapatkan pelanggan dan cara tersebut sangat efektif dikarenakan dapat dilakukan secara cepat tanpa perlu perencanaan yang kompleks, lalu mengikuti asosiasi dan acara seminar untuk memperluas *networking* sekaligus memberikan company profile sebagai cara untuk mempromosikan dan memperkenalkan perusahaan kepada calon pelanggan yang baru, kemudian mengikuti acara pameran yang sesuai dengan bidang perusahaan ini karena dalam acara tersebut perusahaan mendapat *eksposure* yang banyak dan dapat menjadi ajang promosi bagi perusahaan. Kemudian perusahaan pun melakukan promosi secara digital yang dilakukan dengan mengikuti tender online, khususnya untuk tender perusahaan. Hal tersebut dilakukan dikarenakan promosi secara online dapat mencakup pelanggan yang sangat luas sehingga besar kemungkinan mendapatkan pelanggan baru dari luar jangkauan yang biasanya. Namun terdapatnya permasalahan di perusahaan yaitu mengenai waktu pelaksanaan promosi atau

*timeline* perusahaan mengenai promosi dikarenakan pandemi yang mengganggu jalannya *timeline* dari perusahaan selama 2021 - 2022 sehingga perlu adanya perencanaan kembali dari apa yang sebelumnya pernah di rencanakan, salah satu hal yang sangat terpengaruhi adalah target pelanggan baru yang ingin di capai yang semula di targetkan untuk mendapatkan 12 perusahaan yang menjadi pelanggan dan bertransaksi pada tahun 2022 namun hanya mendapat 7 pelanggan selama tahun 2022. Hal tersebut merupakan sebuah kejadian tidak terduga sehingga perlu adanya antisipasi mengenai apa saja kemungkinan yang akan terjadi sehingga membuat pihak dari PT Global Integrasi Solusi perlu memikirkan perencanaan ekstra apabila hal yang tidak di inginkan tersebut terjadi. Hal tersebut merupakan permasalahan yang membuat kesulitan untuk menentukan strategi promosi yang sesuai untuk dilakukan oleh PT Global Integrasi Solusi. Maka perlu adanya analisis mengenai bauran promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan yaitu strategi promosi melalui door to door, mengikuti asosiasi atau seminar, mengikuti pameran, dan melakukan promosi digital melalui tender online.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa perlu adanya sistem yang dapat menentukan strategi promosi yang sesuai untuk digunakan oleh perusahaan, maka karena itu perlu adanya sebuah sistem informasi yang dapat menentukan strategi promosi untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu aktivitas yang melibatkan seluruh sumber daya manusia untuk mempertahankan pelanggan yang ada, suatu strategi mengelola dan menjaga hubungan dengan pelanggan, suatu usaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi promosi dan harga untuk mempertahankan posisinya dikarenakan pangsa pasar saat ini yang cukup bersaing ketat. Oleh karena itu perlu adanya manajemen dan pengontrolan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan yang salah satunya adalah Customer Relationship Management. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas maka dibutuhkan sebuah Sistem Informasi Customer Relationship Management di PT. Global Integrasi Solusi agar memudahkan

perusahaan dalam memberikan strategi promosi yang sesuai dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang terjadi di PT. Global Integrasi Solusi adalah bagaimana membangun sistem informasi yang dapat membantu untuk menentukan strategi promosi yang sesuai

## **1.3 Maksud dan Tujuan**

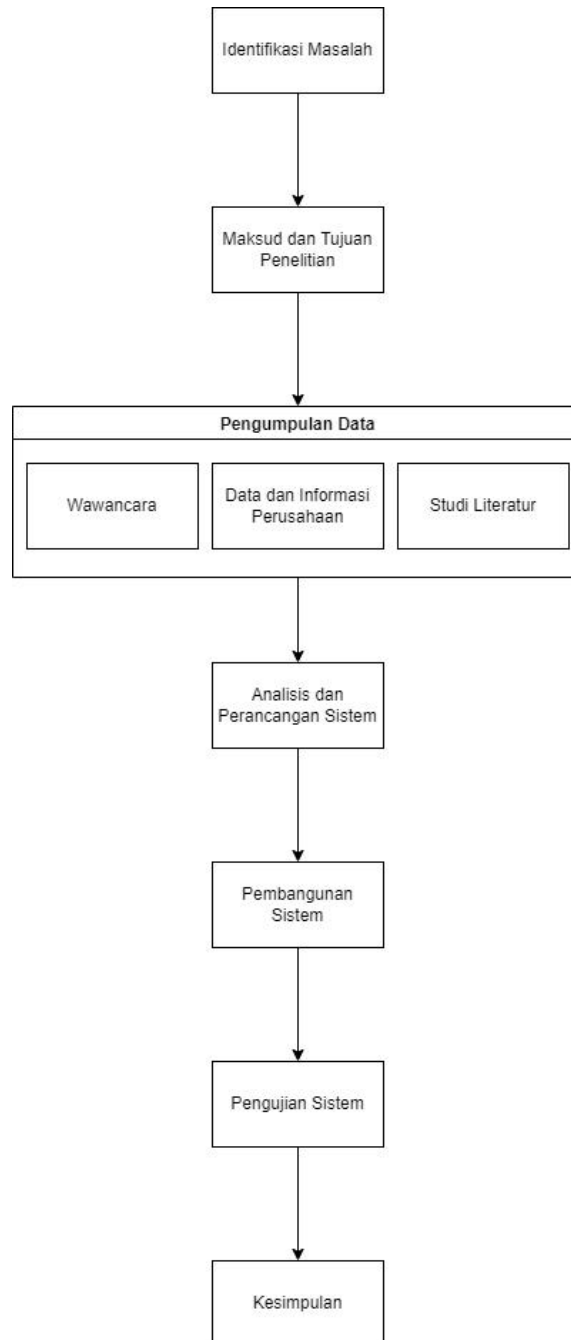
Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk membangun sebuah sistem informasi dengan menggunakan pendekatan customer relationship management di PT. Global Integrasi Solusi. Penelitian ini bertujuan untuk membantu PT. Global Integrasi Solusi dalam menentukan strategi promosi yang sesuai.

## **1.4 Batasan Masalah**

Penyusunan Tugas Akhir ini dibatasi oleh beberapa hal, yaitu:

1. Terbatas pada subjek kegiatan penjualan di PT. Global Integrasi Solusi dengan jangka penjualan pada tahun 2022.
2. Sistem informasi yang dibangun merupakan aplikasi berbasis WEB
3. Pemodelan yang digunakan dalam membuat sistem ini adalah pemodelan berorientasi objek yang meliputi UML (Unified Modeling Language) Use Case Diagram, Activity Diagram, dan Sequence Diagram.
4. Metode yang digunakan adalah metode WASPAS
5. Jenis CRM yang digunakan adalah CRM Operasional
6. Data yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi beberapa data, yaitu :
  - a. Data Purchase Order
  - b. Data Promosi
  - c. Data Saran
  - d. Data Kritik

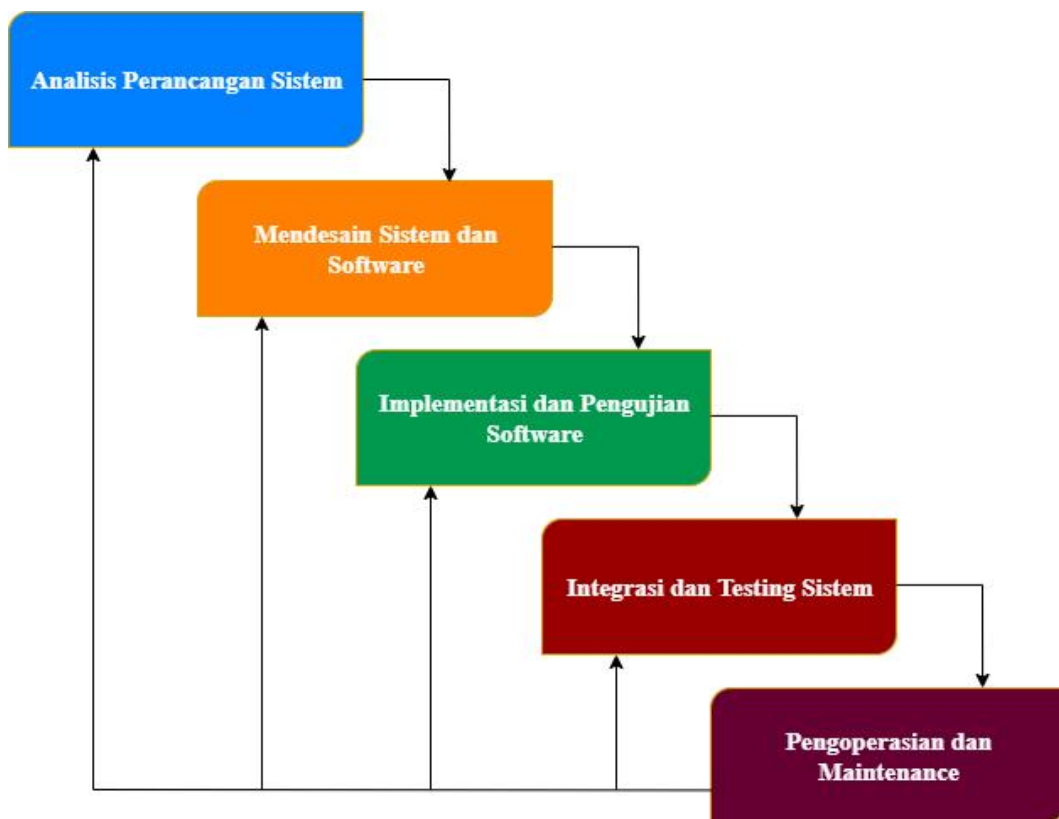
## 1.5 Metodologi Penelitian



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

## 1.6 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Metode Waterfall merupakan pendekatan *Software Development Life Cycle* (SDLC) paling awal yang digunakan untuk pengembangan perangkat lunak. Urutan dalam Metode Waterfall bersifat serial yang dimulai dari proses perencanaan, analisa, desain, dan implementasi pada sistem. Metode ini dilakukan dengan pendekatan yang sistematis, mulai dari tahap kebutuhan sistem lalu menuju ke tahap analisis, desain, coding, testing/verification, dan maintenance. Langkah demi langkah yang dilalui harus diselesaikan satu per satu (tidak dapat meloncat ke tahap berikutnya) dan berjalan secara berurutan.



Gambar 1.2 Metode Waterfall

## 1.7 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan yang digunakan yaitu :

### 1. Wawancara

Penulis melakukan tanya jawab bersama dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

### 2. Data Perusahaan

Data yang berisi tentang perusahaan yang dijadikan sebagai tempat penelitian dan pengumpulan data - data yang diperlukan dalam penelitian ini.

### 3. Studi Pustaka

Mengumpulkan dan mempelajari referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 1.7.1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

##### A. Data Primer

1) Informan : agar data yang diperoleh menjadi valid dan lengkap, maka peneliti menggunakan informan yang sekaligus sebagai responden.

2) Dokumen yaitu setiap bahan tertulis berupa data yang ada, seperti kwitansi jual beli dan surat-surat jual beli lainnya yang berhubungan dengan keperluan peneliti.

##### B. Data Sekunder

Data sekunder terdiri dari: buku-buku yang terkait dengan penulisan penelitian ini, artikel ilmiah, kamus, jurnal, surat kabar lokal dan arsip-arsip yang pendukung lainnya.

#### 1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

##### 1. Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Sondi Risandi sebagai direktur dari PT. Global Integrasi Solusi

##### 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang kantor,

tugas pokok dan tata kerja, struktur organisasi, presentasi serta data lain yang mendukung.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada proposal ini terdiri dari lima bab dan setiap bab akan memberikan gambaran umum mengenai penelitian ini dan disertai dengan data - data yang telah diperoleh sehingga tersusunnya sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

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

Bab ini membahas mengenai teori - teori yang mendukung dalam proses pembuatan sistem di PT. Global Integrasi Solusi.

#### **BAB 3 ANALISIS PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini membahas mengenai analisa dan perancangan Sistem.

#### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai hasil dari perancangan dan pembuatan sistem yang telah dilakukan pada PT. Global Integrasi Solusi .

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

Bab ini membahas mengenai uraian - uraian yang telah dibahas kemudian setelah dilakukannya pembuatan aplikasi pada PT. Global Integrasi Solusi, sehingga didapatkannya kesimpulan dan saran.



