BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Panghegar Putra Saptawisata atau yang dikenal dengan nama Panghegar *Tours* merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang *Tour* dan *Travel* yang salah satu fungsinya adalah untuk mendukung pariwisata dan memberi kemudahan serta kepuasan masyarakat terhadap pelayanan jasa *tour* dan *travel*. Sebagai perusahaan jasa yang sudah cukup lama berdiri seharusnya memiliki suatu strategi yang dimana dapat memanajemen dan mengontrol hubungan antara perusahaan dengan mitra dan jamaah. Mitra dan jamaah adalah konsumen dari Panghegar *Tours*, mitra adalah pihak yang mengajukan kontrak kerjasama dengan Panghegar *Tours* yang dalam bisnisnya yaitu mencari calon jamaah untuk Panghegar *Tours* dan mendapatkan keuntungan dari kerjasama tersebut, sedangkan jamaah adalah konsumen langsung yang menggunakan jasa dari Panghegar *Tours*, jamaah yang sudah menggunakan jasa dari Panghegar *Tours* walau hanya satu kali akan disebut jamaah alumni. Selain mendapatkan konsumen dari mitra, Panghegar *Tours* memasang iklan di beberapa tempat termasuk di media cetak seperti koran yang tujuan utamanya untuk mendapatkan konsumen dan agar bisa mencapai target setiap bulannya sesuai dengan yang sudah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat beberapa bulan yang tidak sesuai dengan target, misalnya pada bulan Januari dan April 2015, pada bulan April Panghegar *Tours* mempunyai target 90 jamaah, tetapi kenyataannya yang berangkat hanya 45 jamaah [Lampiran D-2].

Dalam penelitian ini telah dilakukan wawancara dengan Bapak Dadan Nugraha selaku *Corporate Secretary & Public Relation* di Panghegar *Tours*, *Corporate Secretary* adalah jabatan di Panghegar *Tours* yang khusus menangani mengenai mitra sementara *Public Relation* yaitu bertugas untuk melakukan komunikasi antara perusahaan dengan jamaah. Berdasarkan wawancara tersebut, adanya beberapa faktor yang mempengaruhi tidak tercapainya target, yang pertama adalah mitra yang tidak memperpanjang kontrak kerjasama, dikarenakan pihak

manajemen tidak mengetahui mitra yang aktif dan tidak aktif didalam memberikan calon jamaah; yang kedua kurangnya manajemen data alumni yang mengakibatkan pihak manajemenen kesulitan didalam melakukan promosi produknya; yang ketiga yaitu *feedback* terhadap produk yang diinginkan oleh *customer* tidak diketahui oleh *Corporate Secretary* mengakibatkan perusahaan kesulitan didalam menawarkan produk yang diinginkan oleh *customer*. Berdasarkan hal-hal tersebut dapat mengakibatkan berkurangnya pendapatan perusahaan.

Customer Relationship Management (CRM) Menurut Lukas (2001:3), 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. Dari observasi yang dilakukan terdapat data yang dapat menjadi sumber informasi untuk mengetahui potensi dan loyalitas dari mitra. Dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*, perusahaan dapat melakukan identifikasi konsumen dengan melakukan segmentasi konsumen. Tujuan dari proses segmentasi konsumen adalah untuk mengetahui perilaku konsumen dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga mendatangkan keuntungan bagi pihak perusahaan[1]. Oleh karena itu perlu adanya manajemen pembinaan dan pengontrolan antara perusahaan dengan mitra dan jamaah yang salah satunya adalah *Customer Relationship Management.*

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan suatu sistem *Customer Relationship Management* di PT Panghegar Putra Saptawisata.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi yaitu bagaimana melakukan pendekatan terhadap mitra dan jamaah dengan menggunakan CRM analitikal.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah Membangun *Customer Relationship Management* di PT Panghegar Putra Saptawisata.

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, yaitu:

1. Membantu *Corporate Secretary* didalam melakukan pendekatan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan mitra dan melihat keaktifan mitra.
2. Membantu *Corporate Secretary* didalam menentukan promosi paket yang digunakan oleh jamaah.
3. Membantu *Corporate Secretary* didalam menentukan penawaran produk berdasarkan paket yang sesuai dengan keinginan jamaah.

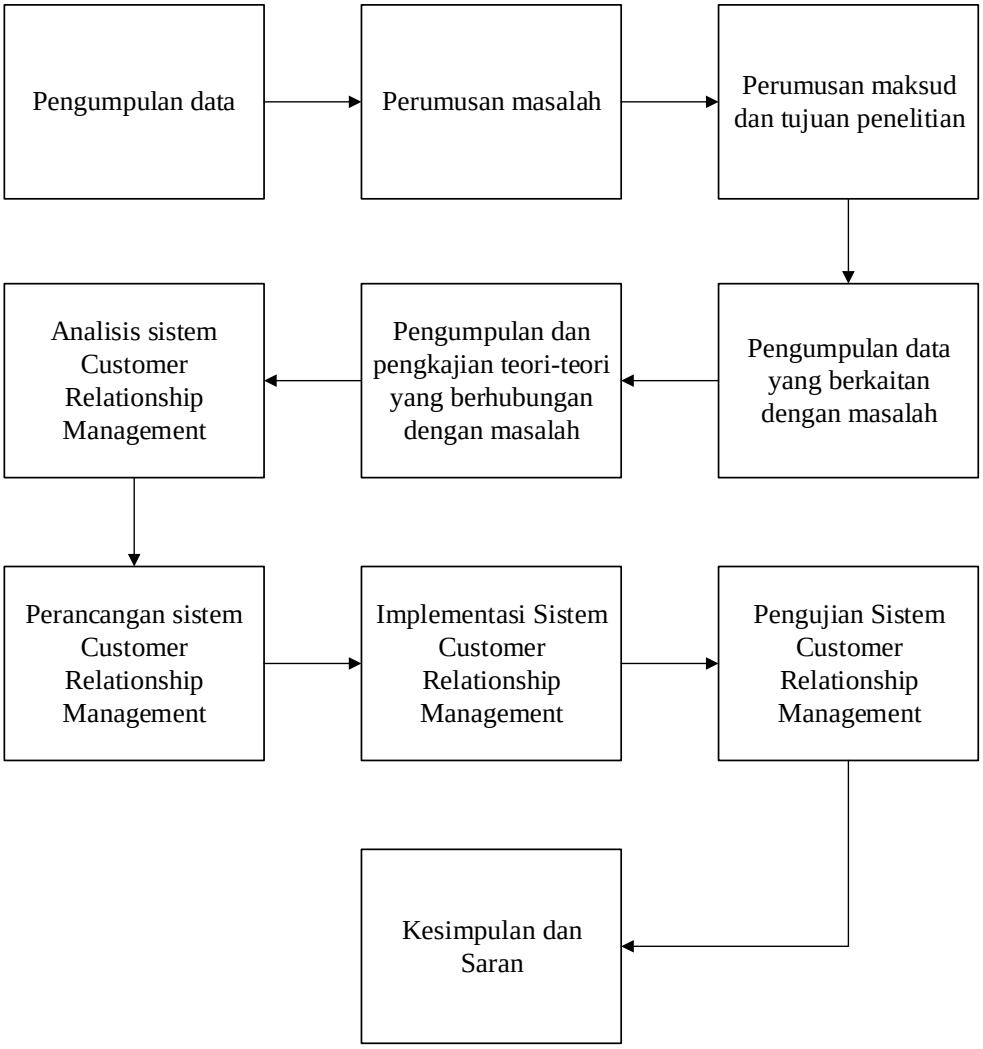
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi *CRM* ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Departemen yang dilakukan penelitian hanya meliputi bagian Umrah dan Haji.
2. Paket yang akan digunakan yaitu paket umrah reguler.
3. Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *DBMS MySql*.
4. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah model analisis terstruktur.
5. Data yang akan dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah Data Mitra, Data Jamaah dan Data Transaksi.
6. Pembangunan *CRM* yang akan dibangun berfokus pada proses pengolahan data mitra, data jamaah dan paket promo untuk menarik perhatian jamaah.
7. Jenis *CRM* yang akan dibangun menggunakan Pendekatan *CRM* Analitikal.
8. Representasi jenis mitra menggunakan atribut RFM (*Recency, Frequency, Monetary).*
9. Framework yang digunakan yaitu *Dynamic CRM*, meliputi *Relationship Initation, Relationship Value Analysis* dan *Relationship Positioning.*
10. Komunikasi yang dibangun menggunakan SMS *Gateway.*

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode untuk membuat gambaran mengenai fakta-fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian di masa sekarang secara sistematis, faktual dan akurat[2]. Metodologi penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1



Gambar 1. 1 Metode Penelitian Pembangunan Sistem Informasi *Customer Relationship Management*

1. **Pengumpulan data**

   Pada tahap pertama, pengumpulan data yang dimaksud yaitu mengumpulkan data-data yang ada pada perusahaan dan dan melakukan survei di lapangan.

2. **Perumusan masalah**

   Pada tahap kedua, perumusan masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi masalah yang terjadi di Pangehar *Tours*.

3. **Perumusan maksud dan tujuan penelitian**

   Pada tahap ketiga, perumusan maksud dan tujuan penelitian disesuaikan dengan dengan hasil perumusan masalah. Tujuan ini dilakukan unutk menjadi acuan di dalam penelitian ini.

4. **Pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah**

   Pada tahap keempat, pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah dilakuan secara langsung dengan mengunjungi Panghegar *Tours* yang meliputi:

   a. Observasi

      Yaitu melakukan pengamatan langsung ke lokasi yaitu Panghegar *Tours* untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan.

   b. Wawancara

      Yaitu melakukan wawancara langsung dengan *Corporate Security/Public Relation* Panghegar *Tours* terkait proses bisnis dan alur kerja yang tidak tertulis dan mungkin terlewat saat observasi.

5. **Pengumpulan dan pengkajian teori-teori yang berhubungan dengan masalah**

   Pada tahap kelima, mengumpulkan teori-teori yang berkaitan dengan masalah *Customer Relationship Management* yang dibahas dalam penelitian ini. Teori ini akan dijadikan acuan dalam penelitian.

6. Analisis sistem *Customer Relationship Management*

Pada tahap keenam, dilakukan analisis sistem *Customer Relationship Management* dimana pada tahap ini meliputi beberapa hal sebagai berikut:

a. Analisis Masalah

Pada tahap ini sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dari hasil sebuah penelitian.

b. Analisis sistem yang sedang berjalan

Pada tahap ini merupakan proses analisis yang berhubungan dengan kemitraan dan pelanggan diantaranya prosedur pendaftaran pelanggan oleh mitra, prosedur pendaftaran pelanggan alumni, prosedur pendaftaran pelanggan baru, dan prosedur lainn.

c. Analisis aturan bisnis

Pada tahap ini merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di Panghegar *Tours* seperti kondisi maupun syarat dan ketentuan untuk mitra dan pelanggan.

d. Segmentasi mitra dengan analisis RFM

Segmentasi mitra adalah membagi mitra ke dalam suatu kelompok yang mirip dengan kriteria tertentu. Analisis RFM merupakan suatu metode yang digunakan untuk melakukan perhitungan guna terjadi suatu segmentasi mitra, pada analisis ini terdiri dari *Recency*, *Frequency* dan *Monetary*.

e. Analisis kebutuhan non fungsional

1. Analisis pengguna

Pada tahapan ini akan dilakukan analisis terhadap pengguna yang berperan sebagai pengguna di dalam sistem informasi *Customer Relationship Management.*

2. Analisis kebutuhan perangkat keras

Pada tahapan ini akan dilakukan analisis terhadap kebutuhan perangkat keras sistem informasi *Customer Relationship Management* di Panghegar *Tours*, apakah sudah memenuhi

atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat keras.

3. Analisis kebutuhan perangkat lunak

   Pada tahapan ini akan dilakukan analisis terhadap kerbutuhan perangkat lunak terhadap sistem informasi *Customer Relationship Mangement* di Panghegar *Tours*, apakah sudah memenuhi atau bekum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat lunak.

4. Analisis basis data

   Pada tahapan ini akan dilakukan analisis terhadap kebutuhan basis data Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibangun. *Tool* yang akan digunakan yaitu *Entity Relationship Diagram* (*ERD*).

f. Analisis kebutuhan fungsional

   Pada tahapan ini akan dilakukan perancangan sistem informasi yang akan dilakukan dengan berbasis terstruktur.

7. Perancangan sistem *Customer Relationship Management*

Perancangan sistem merupakan penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam suatu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Terdapat beberapa tahapan dalam perancangan ini, yaitu:

a. Skema Relasi

   Pada tahapan ini akan dilakukan perancangan basis data yang dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

b. Struktur Tabel

   Pada tahapan ini akan dilakukan perancagan tabel basis data yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

c. Perancangan struktur menu

   Pada tahapan ini akan dibuat struktur menu yang akan ada pada sistem informasi *Customer Relationship Mangement*.

d. Perancangan antarmuka

   Pada tahapan ini akan dilakukan perancangan antarmuka yang akan ada di sistem informasi *customer relationship management*.

e. Perancangan pesan

   Pada tahapan ini akan berisi tampilan pesan yang akan muncul pada halaman ketika melakukan sebuah aksi.

f. Perancangan jaringan semantik

   Pada tahapan ini akan dilakukan pembuatan jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antarmuka yang ada pada sistem informasi *customer relationship management*.

g. Perancangan prosedural

   Pada tahapan ini akan dibut perancangan prosedural mengenai prosedur sistem informasi *customer relationship management* yang akan dibangun. Adapun tool yang akan digunakan menggunakan *flowmap*.

8. Implementasi sistem *Customer Relationship Management*

Implementasi sistem yang telah dirancang akan dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

a. Implementasi sistem
b. Implementasi perangkat lunak
c. Implementasi perangkat keras
d. Implementasi basis data
e. Implementasi antarmuka

9. Pengujian sistem *Customer Relationship Management*

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetrahui kebeerhasilan sistem yang telah dibangun dan mengetahui bila terjadi kesalahan atau error dalam sistem tersebut. Terdapat beberapa pengujian diantaranya:

a. Pengujian *Black Box*
b. Pengujian Beta

10. Kesimpulan dan Saran

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

1.6 Sistemastika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan gambaran secara umum tentang penelitian yang dijalankan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas uraian mengenai latar belakang masalah yang diambil, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai PT Panghegar Putra Saptawisata dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi *Customer Relation Management* dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi 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 IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini membahas implementasi dalam bahasa pemograman yaitu implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.