BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

P-Trans adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa Transportasi yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan layanan jasa *Shuttle* (Trayek pulang-pergi), *Tours* (Wisata), dan *Travel* (Antar jemput pelanggan). Jasa *Shuttle* pada P-Trans yang ditawarkan adalah rute Purwakarta - Bandung atau sebaliknya, untuk jasa *tour* terdapat 5 jenis paket *tour* yang di tawarkan oleh P-Trans yaitu : Pulau Tidung, Pangandaran, Yogyakarta, Jungle Land dan Dufan. Hingga saat ini P-Trans memiliki lima cabang yang tersebar di daerah Purwakarta dan Bandung. P-Trans memiliki berbagai pelanggan, mulai dari Mahasiswa, Pegawai Swasta, hingga Masyarakat Umum.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bpk. H. Anang M. Arifin selaku *Manager* di P-Trans. Keadaan yang ada saat ini adalah setelah pelanggan melakukan pembelian 10 tiket *shuttle* maka pelanggan berhak mendapatkan 1 tiket gratis. Dengan sistem tersebut, hanya membuat pelanggan yang memiliki frekuensi transaksi banyak yang mendapatkan diskon. Sementara untuk pelanggan yang memiliki jumlah total pembelian yang besar diskon yang diberikan tidak berbeda. Hal ini menyebabkan pemberian diskon kurang efektif terhadap pelanggan. Sementara untuk pelayanan *tour* tidak ada pemberian diskon terhadap pelanggan yang telah melakukan transaksi, dengan tidak adanya pemberian diskon, maka tidak ada upaya dari perusahaan untuk membuat pelanggannya tertarik agar melakukan transaksi kembali. Selain itu, permasalahan lainnya adalah sulitnya menentukan rekomendasi jenis paket *tour* yang akan ditawarkan ke pelanggan, karena manager belum mengetahui jenis paket *tour* apa saja yang paling banyak digunakan oleh pelanggan. Sehingga, rekomendasi paket *tour* untuk pelanggan pun belum ditetapkan.

Customer Relationship management (CRM) adalah jenis manajemen yang membahas mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang dapat membantu perusahaan dalam proses managemen pelanggan, sehingga

perusahaan memiliki nilai yang baik dimata pelanggan. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi yang cerdik untuk mempertahankan posisinya. Salah satu Poin yang mempengaruhi keberlangsungan sebuah perusahaan adalah bagaimana pangsa pasarnya tetap diminati oleh pelanggan [1].

Berdasarkan masalah diatas maka diperlukan Pembangunan Customer Relationship Management di P-Trans untuk membantu mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh P-Trans saat ini.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. *Manager* kesulitan dalam menentukan diskon produk (*tour* dan *shuttle*) yang ditawarkan kepada pelanggan karena *manager* belum mengetahui perilaku pelanggan berdasarkan transaksi.
2. *Manager* kesulitan dalam menentukan rekomendasi jenis paket *tour* yang akan ditawarkan kepada pelanggan karena *manager* belum mengetahui jenis paket *tour* yang paling banyak digunakan berdasarkan transaksi.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah merancang dan membuat *Customer Relationship Management* (CRM) di P-Trans. Sedangkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu *manager* dalam menentukan diskon produk (*tour* dan *shuttle*) yang ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan segmentasi pelanggan untuk mempertahankan pelanggan agar terus menggunakan produk(*tour* dan *shuttle*) dari P-Trans.
2. Membantu *manager* dalam menentukan rekomendasi jenis paket *tour* yang akan ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan transaksi.

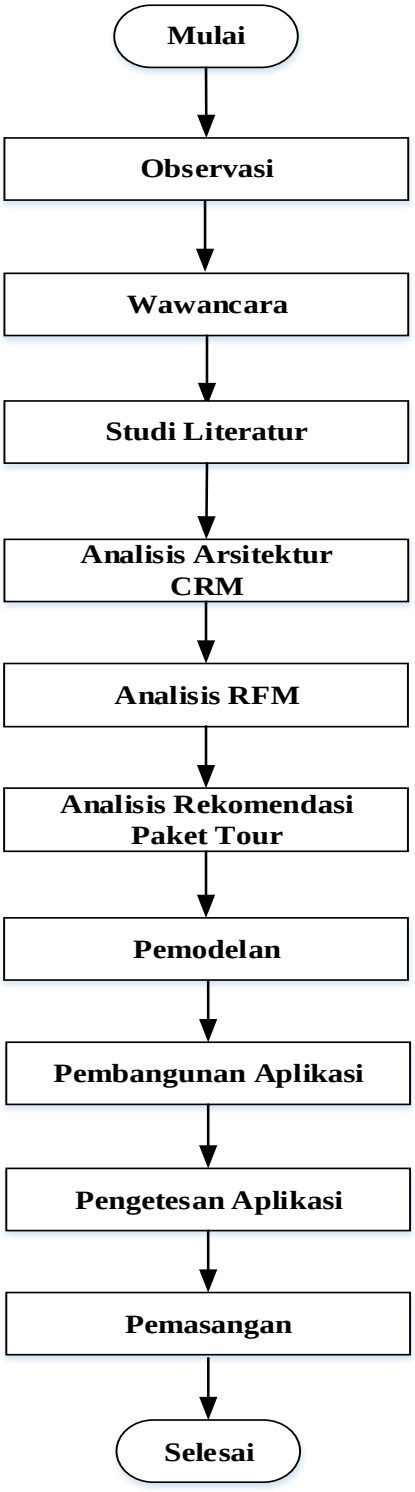
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang ada dalam penelitian ini meliputi:

a. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan MySql sebagai DBMS.
b. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem informasi CRM adalah analisis tersturktur yang meliputi ERD *(Entity Relationship Diagram)* dan DFD *(Data Flow Diagram).*
c. Jenis CRM yang digunakan adalah Analytical CRM.
d. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM.
e. Representasi jumlah pelanggan dalam setiap segmen menggunakan atribut RFM(*regency, Frequency, Monetary*).
f. Pelanggan yang ada dikelompokan ke dalam 3 kelompok yaitu *most valuable customer, most growable customer, below zeros.*
g. Data transaksi *tour* yang digunakan mulai dari bulan (Agustus 2014 – Agustus 2015) sedangkan untuk data transaksi *shuttle* yaitu pada bulan Agustus 2015.
h. Tidak membahas masalah *travel,* karena *travel* sudah sepaket dengan *tour*.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Ada beberapa tahap untuk mendapatkan data, tahap tersebut dapat dilihat pada *flowchart* yang ada pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Flowchart metodologi penelitian

Berdasarkan gambar 1.1, tahapan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan obyek penelitian secara langsung ke P-Trans.
2. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan Owner dari P-Trans.
3. Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian dan *Customer Relationship Management*, melalui buku-buku, internet, dan *paper* yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management*.
4. Setelah data yang dibutuhkan sudah terkumpul dan *user requirements* sudah terdefinisi dengan baik, maka proses selanjutnya adalah proses analisis arsitektur CRM yang digunakan dalam aplikasi yang akan dibangun.
5. Tahap analisis RFM untuk segmentasi pelanggan adalah analisis untuk menentukan kelompok pelanggan berdasarkan transaksi yang dilakukannya.
6. Tahap analisis rekomendasi paket tour adalah analisis untuk memberikan penawaran berupa jenis paket tour kepada pelanggan berdasarkan paket tour yang paling banyak digunakan.
7. Tahap selanjutnya adalah pemodelan, yaitu menerjemahkan data yang dirancang ke dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh *user*.
8. Tahap selanjutnya adalah pengkodean, pengkodean merupakan penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. Tahap penerjemahan data atau pemecahan masalah yang telah dirancang keadalam bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai DBMS yang menerima dan mengirimkan datanya.
9. Setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan *testing* terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan *testing* adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem tersebut, yang kemudian kesalahan-kesalahan tersebut dapat diperbaiki.
10. Setelah aplikasi sudah tidak ada masalah, tahap selanjutnya adalah *deployment* Tahap ini bisa dikatakan *final* dari pembuatan *software* atau sistem. Setelah melakukan analisis, desain dan pengkodean, maka sistem yang sudah jadi akan digunakan oleh *user*. Kemudian *software* yang telah

dibuat harus dilakukan pemeliharaan secara berkala. Dalam penelitian yang dilakukan tidak sampai ke tahap ini.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan permasalahan yang dihadapi perusahaan, menentukan maksud dan tujuan penelitian, batasan masalah, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang tinjauan umum pada P-Trans dan berbagai konsep dasar mengenai sistem informasi, *Cusrtomer Realtionship Management* (CRM), serta teori-teori yang berkaitan dengan pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi analisis dalam pembangunan sistem yaitu gambaran umum sistem, analisis basis data, analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Pada perancangan berisi mengenai perancangan data, perancangan menu, perancangan antarmuka dan jaringan semantik *Customer Relationship Management* di P-Trans.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai implementasi serta penjelasan tentang teknik dan strategi pengujian *Customer Relationship Management* di P-Trans.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi hal-hal yang bisa disimpulkan dari hasil keseluruhan penelitian dan aplikasi yang dibangun, serta saran untuk pengembangan sistem selanjutnya.