BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT *Famous Pacific Shipping* (FPS) Indonesia adalah perusahaan jasa yang melakukan pelayanan pengurusan dokumen atau surat izin dari Bea Cukai dan mentri perdagangan untuk pengiriman maupun penerimaan barang, penyimpanan barang, distribusi domestik, pemeliharaan muatan proyek, pemindahan barang serta penyewaan transportasi darat, laut maupun udara terhadap eksportir dan importir. PT FPS Indonesia telah berdiri 10 tahun dan memiliki 13 cabang dibeberapa kota besar di Indonesia, kantor pusatnya terdapat di kota Jakarta. Perusahaan ini memiliki proses bisnis yang sangat bergantung pada tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan atas jasa yang diberikan. Pelanggan pada perusahaan ini yaitu eksportir dan importir. Pada tahun 2012 pelanggan yang dimiliki oleh perusahaan ini kurang lebih 500 eksportir dan 1500 importir. Berdasarkan data statistik dari departemen perdagangan RI menunjukan bahwa jumlah eksportir di Indonesia sebanyak 3312 dan importir yang mengirimkan barang ke Indonesia sebanyak 3311. Hal ini berarti PT FPS hanya memiliki 0.15% eksportir dan 0.45% importir dari total keseluruhan eksportir dan impotir yang ada.

Berdasarkan hasil analisis *value chain* PT FPS (Lihat lampiran A pada gambar A.1) diketahui bahwa terdapat 2 aktifitas utama yang harus diperbaiki terutama dalam melakukan pendekatan dengan pelanggan. Kedua aktifitas tersebut yaitu *marketing* & *Koord.Sales* dan *service*. Aktifitas dan kebijakan yang berjalan sudah ada namun kurang mendukung oleh sistem yang sesuai. Maka harus dilakukan strategi fungsional khusus dalam memperbaiki aktifitas tersebut melalui penggunaan Sistem Informasi CRM agar perusahaan meningkatkan pelayanan kebutuhan pelanggan dan pemasaran terhadap pelanggan yang dinilai lebih efektif.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukan bahwa perusahaan ini memiliki jumlah pelanggan importir lebih banyak dibandingkan dengan eksportir.Namun seperti yang diketahui bahwa devisa negara sangat bergantung pada kegiatan ekspor. Sehingga pelanggan yang ditujukan adalah eksportir. PT FPS Indonesia memiliki pelanggan eksportir sebanyak 241. Prinsip dasarnya bahwa tidak semua pelanggan itu sama nilai keuntungan bagi perusahaan. Relasi yang harus dibangun adalah *win-win relationship*. Sehingga kepala cabang memerlukan pengelompokkan pelanggan sesuai dengan kriteria tertentu untuk membangun model pelanggan sebagai target bagian koordinator support dan koordinator Koord.Sales dalam memberikan strategi fungsional yang tepat.

Pada sistem yang sedang berjalan, strategi fungsional pelayanan dan pemasaran pelanggan hanya melalui personal selling, web secara umum, *e-mail* dan telepon saja. Kegiatan tersebut membuat tidak terintegrasinya data secara menyeluruh dan menyebabkan pelanggan kesulitan dalam mendapatkan respon secara cepat dan *up to date*. Sehingga kualitas pelayanan dalam memberikan informasi mengenai penggunaan jasa dan pemasaran menurun. Hal ini terlihat dari banyaknya komplain pelanggan melalui e-mail yang berdampak juga pada penurunan jumlah pelanggan. Setiap bulan di tahun 2012 telah terjadi penurunan jumlah pelanggan rata-rata 8.8% eksportir (Lihat lampiran A Tabel A.5).

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, maka perlu dibangun strategi yang lebih baik dengan mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu perusahaan ini menjadi informatif dan komunikatif dalam meningkatkan layanan pemasaran dan peningkatan mutu pelayanan terhadap pelanggan. Salah satu strategi fungsional yang bisa diterapkan pada perusahaan ini yaitu dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*).

Berdasarkan latar belakang diatas maka Pembangunan Sistem Informasi CRM (*Customer Relationship Management*) pada PT Famous Pacific Shipping Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat di identifikasi beberapa masalah yaitu :

1. Kepala Cabang membutuhkan rekomendasi pelanggan yang potensial tepat serta menentukan strategi fungsional yang tepat.
2. Koordinator support dan koordinator Koord.Sales membutuhkan sistem agar dapat melakukan pemberian strategi fungional pemasaran dan pelayanan yang lebih informatif dan komunikatif.

Oleh karena itu maka dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini yaitu bagaimana membangun Sistem Informasi CRM (*Customer Relationship Management*) pada PT Famous Pacific Shipping Indonesia

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah membangun sistem informasi CRM (*Customer Relationship Management*) pada PT Famous Pacific Shipping Indonesia Cabang Jakarta.

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penelitian tugas akhir ini yaitu :

1. Membantu kepala cabang dalam memberikan rekomendasi pelanggan yang tepat serta menentukan strategi yang akan diberikan dalam mempertahankan pelanggan.
2. Membantu koordinator support dan koordinator Koord.Sales dalam menyediakan fasilitas dalam memberikan strategi pelayanan dan pemasaran yang lebih informatif dan komunikatif.

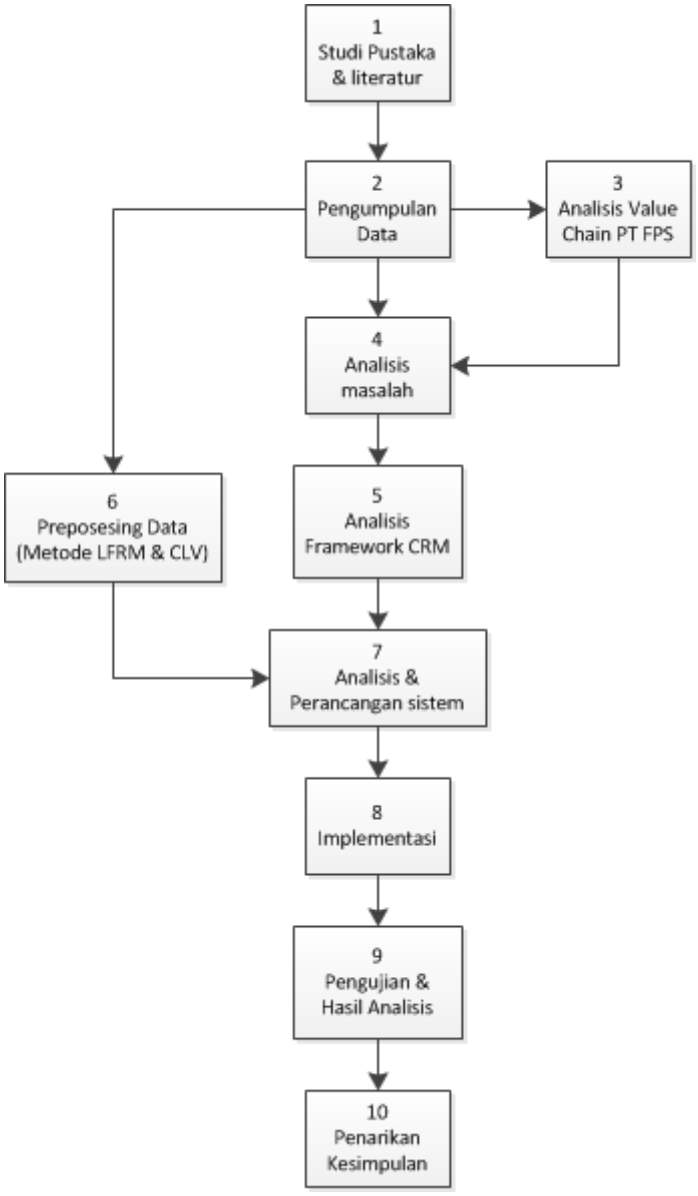
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam pembangunan aplikasi ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi yang akan dibuat berdasarkan strategi CRM (*Customer Relationship Managemen*t).
2. Jenis CRM yang digunakan yaitu CRM Analitik.
3. Pelanggan dengan jenis eksportir saja yang dianalisis.
4. Data masukkan yang dianalisis yaitu data transaksi jasa *shippin*g pelanggan pada bulan Januari – Desember 2012.
5. Sistem dapat melakukan segmentasi pelanggan sesuai dengan kriteria tertentu dan melayani kebutuhan member (pelanggan yang telah terdaftar).
6. Hasil keluaran yang pada Sistem Informasi ini yaitu berupa informasi profil pelanggan yang telah terdaftar sebagai member, produk yang ditawarkan, solusi pengaduan keluhan, kebutuhan dan pertanyaan dari pelanggan, data rekomendasi dalam menentukan pelanggan yang tepat.
7. Metode yang akan digunakan dalam segmentasi pelanggan yaitu LRFM (*Length Recency Frequency Monetary*) serta CLV (*Customer Live Value*)
8. Pendekatan analisis pembangunan perangkat lunak yang digunakan adalah pendekatan analisis terstruktur.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang akan digunakan dalam melakukan penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1. 1 Metodologi Penelitian

1. Studi Pustaka & literatur

   Pada tahap 1 dilakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan buku, literatur, jurnal, paper dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan pembahasan, seperti Buku "*Customer Relationship Management* (konsep dan kasus)" karya Tunggal Widjadja dan Drs.Amin dan buku "Panduan Pintar Ekspor Impor" karya Andi Susilo. Informasi yang dikumpulkan melalui hasil studi pustaka ini berupa teori mengenai pembahasan dari penelitian.

2. Pengumpulan data

   Pada tahap 2 ini dilakukan pengumpulkan data dengan mengumpulkan data dan laporan dari semua dokumen – dokumen yang berhubungan dengan pembahasan untuk memenuhi kebutuhan analsis

dan perancangan sistem sistem. Pengumpulan data ini terdiri dari data transaksi, data profil pelanggan dan data struktur organisasi beserta fungsi alur tugasnya.

3. Analisis Value Chain PT FPS
   Pada tahap 3 ini dilakukan analisis *value chain*, data yang akan dianalisis dari hasil pengumpulan yaitu data struktur organisasi beserta fungsi dan alur kerja aktifitas utama serta pendukung. Analisis *value chain* ini akan menghasilkan strategi dalam menentukan sifat keunggulan kompetitif potensial dan mengidentifikasi aktifitas dimana perusahaan dapat menambah nilai secara siginifikan untuk pelanggan.
4. Analisis Masalah
   Pada tahap 4 ini dilakukan identifkasi masalah yang didapatkan dari hasil pengumpulan data dan analisis *value chain* yang telah dianalisis sebelumnya. Hasil dari identifikasi masalah ini selanjutnya akan digunakan dalam penentuan tujuan dan perancangan sistem.
5. Analisis *Framework* CRM
   Pada tahap 5 ini dilakukan penerapan fitur CRM secara tepat dengan menggunakan "*A framework of Dynamic*" ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan / penerapan CRM. Data yang dibutuhkan yaitu data dari hasil analisis *value chain*, identifikasi masalah dan tujuan pembangunan sistem, sehingga diperoleh outputnya yang berupa *Relationship Commitment* untuk menentukan strategi CRM dari hasil penerapan framework tersebut.
6. Preposesing Data
   Pada tahap 4 ini data transaksi pelanggan dan data pelanggan akan dianalisis berdasarkan dengan metode LRFM (*Length, Recency, Frequency dan Monetary*) serta CLV (*Customer Life Value*). Data ini akan menghasilkan segmentasi pelanggan potensial serta strategi fungsional yang akan diberikan pada pelanggan tersebut.
7. Analisis & Perancangan Sistem.
   Pada tahap 7 ini dilakukan analisa kebutuhan untuk mendapatkan semua kebutuhnan yang diperlukan dalam pembangunan Sistem Informasi CRM .
8. Implementasi
   Pada tahap 8 ini dillakukan implementasi terhadap sistem berdasarkan hasil dari analsisis dan perancangan sistem sebelumnya dengan melakukan pengkodingan program menggunakan bahasa pemograman PHP dan HTML melalui aplikasi *Adobe dreamweaver*.
9. Pengujian dan hasil analisis
   Pada tahap 9 ini dilakukan pengujian *black box* untuk mengetahui apakah fitur-fitur dan fungsi-fungsi dalam Sistem Informasi CRM telah sesuai dengan yang diharapkan atau masih terdapat kekurangan. Analisa hasil bertujuan dalam menganalisa hasil dari perangkat lunak yang telah dibangun.
10. Penarikan Kesimpulan
    Pada tahap 10 ini dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan pada tahapan-tahapan sebelumnya.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan, mencoba merumuskan inti permasalahan yang dihadapi, menentukan tujuan dan kegunaan penelitian, yang kemudian diikuti dengan pembatasan masalah serta sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini membahas berbagai konsep dasar dan teori-teori yang berkaitan dengan topik skripsi yang sedang dikerjakan dan hal-hal yang berguna dalam proses pengerjaan pembangunan aplikasi ini permasalahan.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas tentang analisis sistem, pengguna, perancangan dan prosedur-prosedur dari sistem untuk pengembangan aplikasi web ini.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas tentang implementasi dan pengujian sistem yang telah dikerjakan serta menerapkan kegiatan implementasi dan pengujian pada aplikasi yang dibangun.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir.