BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi era globalisasi, perkembangan dalam dunia bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas produknya saja, tetapi juga melihat dari sisi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dari sisi kualitas produk yang ditawarkan dapat lebih mendorong pelanggan untuk membeli produk yang kita tawarkan. Kualitas layanan merupakan suatu hal yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan perhatian dan layanan yang tinggi. Pelayanan yang berkualitas tinggi yang dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap kebutuhan pelanggan.

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin, tetapi terkadang perusahaan cenderung melupakan bahwa pelanggan merupakan salah satu aset yang sangat berharga dan sangat berperan penting dalam membantu pencapaian tujuan tersebut, sehingga perusahaan kurang memperhatikan pelanggannya. Yang biasanya sering terjadi adalah pembeli melakukan transaksi, setelah transaksi selesai, antara pembeli dan perusahaan tidak terjalin kontak, sehingga perusahaan kehilangan kesempatan untuk mendapat keuntungan yang lebih lanjut dari pembeli yang sama.

Sesungguhnya persaingan saat ini lebih menekankan pada bagaimana perusahaan dapat menyadari siapa target utama yang menjadi sasaran dalam proses penjualan, pemasaran, dan pelayanan. Dan bagaimana perusahaan dapat

memperlakukan pelanggan dengan baik. Melalui *Customer Relationship Management* (CRM), memungkinkan terciptanya kesetiaan pelanggan tidak hanya setia terhadap produknya saja tetapi juga setia pada perusahaan.

Penerapan strategi CRM dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru meningkatkan hubungan dengan pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan *customer* akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep yang menghubungkan antara CRM tradisional dengan CRM berbasis web. CRM adalah suatu aplikasi internet atau suatu teknologi yang berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat, dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang, yaitu bidang pemasaran bidang pemesanan, dan pelayanan konsumen.

PT. Surya Jaya Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha penjualan rangka atap aluminium, genteng fiber dan lainnya yang berhubungan dengan atap bangunan. Adapun kondisi yang terjadi pada PT. Surya Jaya Abadi ini diantaranya yaitu, pada proses pemasaran perusahaan masih kesulitan dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dikarenakan perusahaan masih belum mempunyai media perantara untuk menyampaikan mengenai informasi produk yang akan diberikan pada pelanggan, sehingga dapat mengakibatkan kurangnya informasi yang diketahui oleh pelanggan lama atau calon pelanggan mengenai produk baru dan produk lama pada PT. Surya Jaya Abadi.

Kemudian pada proses pemesanan pihak pelanggan masih kesulitan dalam memesan suatu produk kepada perusahaan karena proses pemesanan hanya dilakukan melalui *line* telepon atau juga pelanggan datang secara langsung ke perusahaan untuk melakukan proses pemesanan. Hal ini merupakan salah satu masalah yang harus dibenahi oleh pihak perusahaan, dalam hal ini adalah PT. Surya Jaya Abadi.

Permasalahan lainnya yaitu pada proses pelayanan pelanggan masih terdapat pelanggan yang merasa kurangnya fasilitas yang dapat membantu mereka untuk mendapatkan informasi, kemudian perusahaan masih kesulitan dalam proses mengelola dan menyimpan data pelanggan yang membeli produk yang menyebabkan perusahaan sulit untuk menghubungi pelanggan dan memberikan informasi mengenai adanya peningkatan perfoma produk dan adanya produk baru yang ditawarkan perusahaan, perusahaan masih kurang memahami dan memperhatikan siapa pelanggan yang berpotensi menjadi pelanggan tetap, dan juga perusahaan kurang memiliki fasilitas tambahan yang berfungsi melakukan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran dan kritik. Dari masalah ini pelanggan kurang mengetahui informasi mengenai PT. Surya Jaya Abadi. Berikut adalah data jumlah pelanggan tetap di PT. Surya Jaya Abadi dalam 3 tahun terakhir :

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan Tetap

No.	Tahun	Jumlah
1	2009	7 Pelanggan
2	2010	10 Pelanggan
3	2011	14 Pelanggan

Masalah-masalah tersebut yang akan penulis kembangkan kedalam sebuah sistem yang mengintegrasikan antara pemasaran, pemesanan, dan pelayanan konsumen menjadi suatu aplikasi berbasis *on-line*, sehingga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan akan terjalin dengan baik dan proses pelayanan pun akan lebih cepat dan akurat. Penerapan CRM ini diperlukan untuk melakukan pemesanan produk, pemasaran produk, dan pelayanan pelanggan yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan akan meningkatkan jumlah pelanggan tetap, sehingga akan terjadinya suatu transaksi berkelanjutan dan munculnya kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam Skirpsi dengan judul **“ Perancangan Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada PT. Surya Jaya Abadi Bandung ”.**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Penulis mengindentifikasikan dan merumuskan masalah yang ada untuk bisa mengetahui dan menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang masalah.

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasikan masalah – masalah yang ada sebagai berikut :

1. Perusahaaan belum memiliki media yang dapat mempromosikan produk perusahaan, menginformasikan mengenai produk perusahaan, dan membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai produk. Dan juga perusahaan belum memiliki fasilitas tambahan untuk berinteraksi dengan para pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran maupun kritik.
2. Perusahaan mengalami kesulitan dalam mengelola dan menyimpan data pelanggan yang telah melakukan transaksi dengan perusahaan, karena pengelolaan dan penyimpanan data pelanggan masih kurang lengkap mencantumkan data pelanggannya dan proses penyimpanan data yang tidak tersusun dengan baik, sehingga perusahaan sulit untuk menghubungi kembali pelanggan, dan perusahaan sulit untuk memberikan informasi mengenai produk lama dan informasi mengenai produk baru.
3. Pelanggan merasa kesulitan dalam proses pemesanan produk karena dalam proses pemesanan produk pelanggan harus menelpon ataupun datang langsung ke perusahaan untuk memesan produk.

4. Perusahaan masih kurang bisa memahami dan memperhatikan siapa pelanggan yang berpotensi menjadi pelanggan tetap (pelanggan setia) dan akan melakukan pemesanan ulang.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi yang telah diajukan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem informasi pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan yang sedang berjalan pada PT. Surya Jaya Abadi.
2. Bagaimana perancangan aplikasi *customer relationship management* (CRM) untuk pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan pada PT. Surya Jaya Abadi.
3. Bagaimana pengujian aplikasi *customer relationship management* (CRM) pada PT. Surya Jaya Abadi.
4. Bagaimana implementasi aplikasi *customer relationship management* (CRM) pada PT. Surya Jaya Abadi.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang diambil penulis dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah merancang dan membuat system informasi *customer relationship management* (CRM) pada PT. Surya Jaya Abadi,

agar memudahkan pelanggan dan calon pelanggan dalam mencari informasi mengenai produk perusahaan, memudahkan pelanggan untuk berinteraksi secara langsung dan memberikan kritik, saran maupun keluhan pada perusahaan melalui media atau fasilitas *website* (CRM) agar memudahkan perusahaan dalam proses mengelola dan meyimpan data pelanggan yang telah melakukan transaksi sehingga apabila perusahaan membuat produk baru cara mempromosikannya yaitu mencari data pelanggan dan mempromosikan produk layanan perusahaan, dan agar memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk perusahaan. Hal ini diharapkan dapat melayani pelanggan dengan maksimal dan dapat mempercepat proses pemesanan produk sehingga para pelanggan pun merasa sangat puas dan akan melakukan transaksi berkelanjutan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dapat diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan pada PT. Surya Jaya Abadi.
2. Untuk membuat perancangan aplikasi *customer relationship management* (CRM) untuk pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, karyawan dan pihak yang berkaitan dengan PT. Surya Jaya Abadi.
3. Melakukan pengujian terhadap aplikasi *customer relationship management* (CRM) pada PT. Surya Jaya Abadi.

4. Melakukan tahap implementasi yang sesuai untuk menentukan kualitas dari aplikasi *customer relationship management* (CRM) pada PT. Surya Jaya Abadi.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian, mahasiswa dapat membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek yang sesungguhnya. Pada prinsipnya penelitian merupakan suatu penerapan dari teori menjadi praktek, maka berikut akan di uraikan kegunaan penelitian bagi akademis dan praktis.

1.4.1. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari hasil penelitian yang dilakukan penulis bagi PT. Surya Jaya Abadi yaitu dengan adanya Perancangan Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) dapat membantu :

1. Bagi PT. Surya Jaya Abadi, sebagai solusi terbaru bisnis dalam melakukan proses pemasaran, penjualan serta pelayanan pelanggan secara maksimal.
2. Bagi para karyawannya, sebagai efektifitas dan kemudahan dalam melakukan kinerja dalam melayani seluruh pelanggan tetap maupun calon pelanggan.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Pengembangan Ilmu

   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi perbandingan antara Sistem Informasi dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan, sehingga dengan adanya perbandingan tersebut dapat menguntungkan berbagai pihak.

2. Peneliti lain

   Bisa dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian yang lebih lanjut di bidang yang sama.

3. Penulis

   Membandingkan antara teori yang telah didapat di perkuliahan dengan kenyataan sesungguhnya pada PT. Surya Jaya Abadi, dan juga menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan terutama mengenai Perancangan Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pada PT. Surya Jaya Abadi.

1.5. Batasan Masalah

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

1. Perancangan aplikasi *customer relationship management* (CRM) yang dibuat mencakup proses pendaftaran pelanggan, pemasaran produk, pemesanan produk, pelayanan pelanggan (memberikan keluhan, kritik, saran dan forum pelanggan).
2. Sistem informasi ini hanya membahas mengenai penggunaan media yang digunakan untuk membangun hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, penggunaan basis data dimaksudkan untuk memberikan promosi produk baru dari perusahaan untuk pelanggan.
3. Untuk pembatalan pemesanan produk dilakukan apabila ada permintaan dari pelanggan.

4. Proses pembayaran produk hanya dilakukan secara *off-line* yaitu melalui transfer rekening.
5. Proses pemesanan akan dikerjakan oleh perusahaan apabila perusahaan telah menerima scan nota dan blanko pembayaran dari bank, dari pelanggan yang dikirim kembali melalui email atau form konfirmasi dari website.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi dan waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu :

1.6.1. Lokasi Penelitian

Nama Perusahaan : PT. Surya Jaya Abadi

Alamat Perusahaan : Taman kopo indah 2 blok F2-4, Bandung

No.Telepon : 022 - 76577902

1.6.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dalam kurun waktu 5 bulan, mulai dari tahap prngumpulan data sampai kepada tahap implementasi.

Berikut adalah tabel waktu kegiatan penelitian dari awal sampai akhir:

Tabel 1.2

Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Nama Kegiatan	Tahun 2012																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identifikasi Kebutuhan Pemakai																				
	Observasi																				
	Wawancara																				

2	Membuat Prototype																			
	Perancangan Prosedur																			
	Perancangan Diagram																			
3	Mengkodekan Prototype																			
	Struktur Program																			
	Struktur Menu																			
	Desain Input/Output																			
4	Menguji dan Memperbaiki Prototype																			
5	Implementasi Sistem Prototype																			