BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. ANGGA SARANA MEDIA (ASM) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa periklanan. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2005 yang berpusat di Bandung dan memiliki beberapa cabang diantaranya di Jakarta dan Bekasi. PT. ASM menawarkan jasa periklanan yaitu jasa pembuatan baliho, *billboard, neon box*, umbul-umbul, spanduk, dan *branding*. Sampai tahun 2015, PT. ASM memiliki 119 pelanggan terdiri dari pelanggan perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Setiap tahunnya pertambahan pelaku bisnis dibidang jasa periklanan semakin meningkat, sehingga persaingan bisnis dalam bidang tersebut semakin meningkat juga. PT. ASM sebagai pelaku bisnis yang sudah lama berkecimpung dalam bidang periklanan perlu memikirkan bagaimana caranya agar usaha dalam bisnis tersebut dapat memperoleh keuntungan yang meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Pak Caka Tommy selaku Manajer PT. ASM, menyatakan jumlah data pelanggan sampai dengan bulan Juli 2015 berjumlah ± 119 data pelanggan. Dari jumlah data pelanggan tersebut, pihak perusahaan kurang memahami karakteristik pelanggan yang sudah ada berdasarkan data transaksi. Akibatnya perusahaan memberikan pelayanan yang sama terhadap pelanggannya tanpa mengetahui pelanggan mana saja yang memiliki potensi besar menggunakan jasa perusahaan. Belum adanya proses segmentasi dalam penentuan kategori pelanggan untuk mengetahui perbedaan perilaku setiap pelanggan, sehingga manajer mengalami kesulitan dalam menyesuaikan pemberian jenis pelayanan yang tepat kepada pelanggan.

Selain itu hasil observasi di PT. ASM, berdasarkan data transaksi selama Agustus 2014 - Juli 2015, sebanyak ± 50 % atau 59 pelanggan dari 119 pelanggan PT. Angga Sarana Media melakukan transaksi hanya sekali dalam periode tersebut (dapat dilihat pada lampiran F). Pihak manajer belum mengetahui daftar jasa apa saja yang paling banyak digunakan oleh pelanggan, akibatnya rekomendasi daftar jasa untuk pelanggan pun belum ditetapkan. Karena perusahaan ingin pelanggannya

untuk melakukan transaksi kembali, sehingga manajer kesulitan menentukan rekomendasi daftar jasa yang akan ditawarkan ke pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti mendapatkan beberapa kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan membutuhkan sarana yang dapat membangun dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk profitabilitas perusahaan serta kepuasan pelanggan. Perusahaan membutuhkan strategi pemasaran serta pelayanan dalam mengikat pelanggan. Strategi yang dibutuhkan yaitu konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan maka dibutuhkannya "PEMBANGUNAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI PT. ANGGA SARANA MEDIA".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya adalah bagaimana membangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) di PT. Angga Sarana Media.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah merancang dan membuat sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) di PT. Angga Sarana Media.

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Membantu manajer dalam menyesuaikan pemberian jenis pelayanan yang tepat kepada pelanggan.
2. Membantu manajer dalam menentukan rekomendasi daftar jasa yang akan ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan transaksi.

1.4 Batasan Masalah

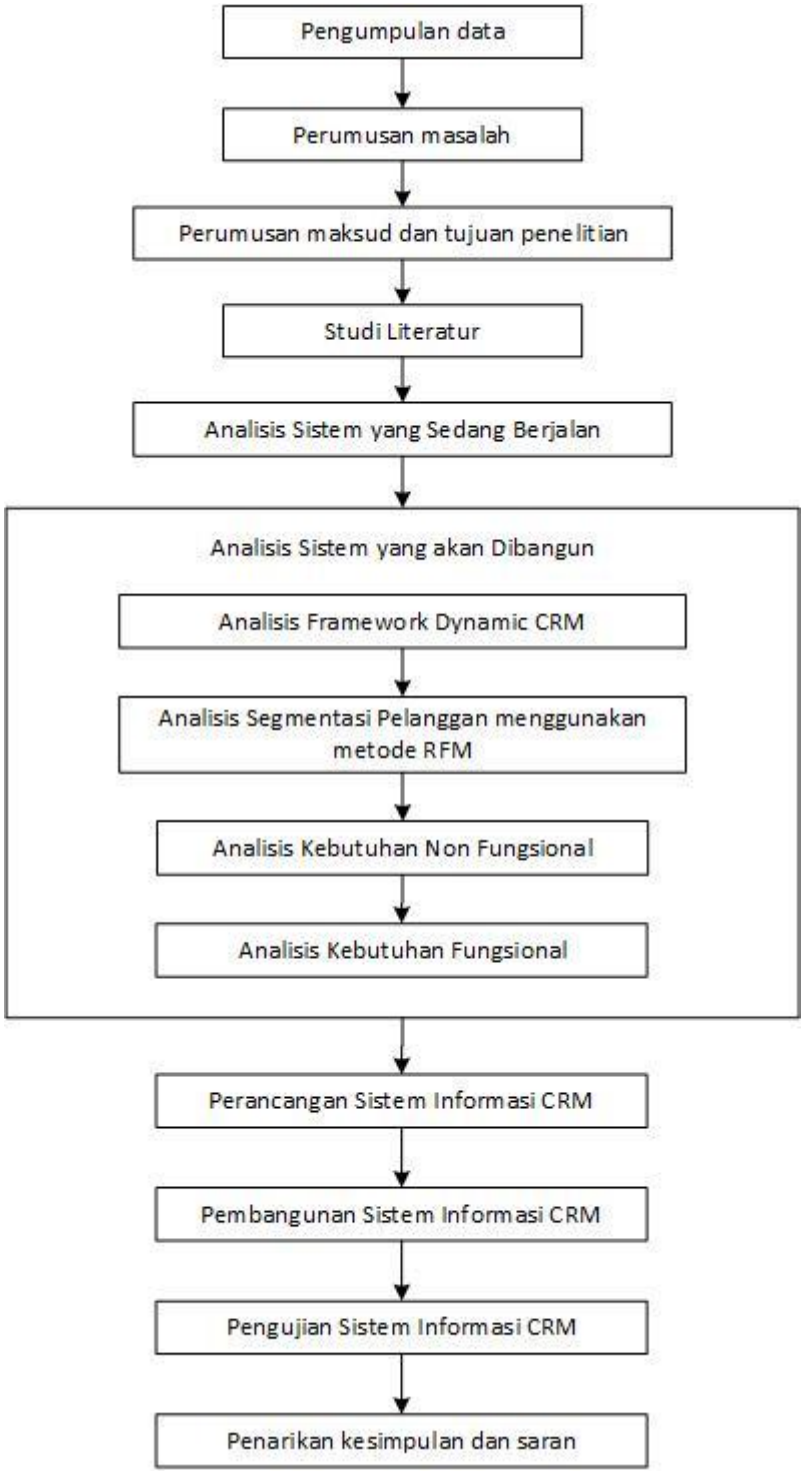
Adapun batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi *Customer Relationship Management* ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang akan diolah berupa data pelanggan, data transaksi pelanggan dan daftar jasa.
2. Data transaksi pelanggan yang digunakan mulai dari bulan (Agustus 2014 - Juli 2015).
3. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan *Analytical* CRM.
4. Arsitektur CRM yang digunakan yaitu *Dynamic* CRM.
5. Metode yang digunakan dalam segmentasi pelanggan menggunakan metode RFM (*Recency, Frequency, Monetary*). Pemanfaatan RFM akan digunakan dalam media email.
6. Pelanggan yang ada dikelompokan ke dalam 4 kelompok yaitu *most valuable customer, most growable customer, below zeros* dan *migrator*.
7. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD *(Entity Relationship Diagram)* dan DFD *(Data Flow Diagram)*.
8. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan MySql sebagai DMBS.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah dilakukan sebelumnya.

Berikut ini adalah metodologi yang digunakan dalam penelitian tugas akhir yang berjudul ”Pembangunan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) di PT. Angga Sarana Media” dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Metodologi penelitian pembangunan sistem informasi CRM

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang tergambar pada Gambar 1.1 sebagai berikut :

1. **Pengumpulan data**

   Pada tahap awal, dilakukan pengumpulan data untuk mendapatkan informasi melalui proses wawancara dan observasi kepada responden yaitu manager marketing di PT. Angga Sarana Media yang terkait dan relevan dengan penelitian.

2. **Perumusan masalah**

   Pada tahap kedua, peneliti merumuskan masalah yang berkaitan dengan sistem *Customer Relationship Management* yang akan dibangun. Peneliti merumuskan masalah berdasarkan departemen-departemen yang ada pada perusahaan. Masalah penelitian akan menentukan kualitas dari penelitian, bahkan juga menentukan apakah sebuah kegiatan bisa disebut penelitian atau tidak.

3. **Perumusan maksud dan tujuan penelitian**

   Tahapan ketiga adalah perumusan maksud dan tujuan penelitian berdasarkan hasil rumusan masalah. Sehingga tujuan ini menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

4. **Studi Literatur**

   Pada tahap keempat, peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah customer relationship management yang dibahas dalam penelitian dengan mempelajari literatur-literatur baik cetak maupun elektronik dan juga menelaah dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

5. **Analisis Sistem yang Sedang Berjalan**

   Pada tahap kelima, peneiliti melakukan analis pada sistem yang sedang berjalan di perusahaan atau tempat penelitiannya. Analisis sistem yang berjalan adalah gambaran atau pemodelan yang dilakukan peneliti untuk menjelaskan prosedur yang ada di perusahaan.

6. Analisis Sistem yang akan Dibangun

Pada tahap keenam, dilakukan analisis sistem yang akan dibangun yang terdiri dari analisis framework dynamic CRM, analisis segmentasi pelanggan menggunakan metode RFM, analisis kebutuhan non fungsional dan analisis kebutuhan fungsional. Berikut analisis sistem yang akan dibangun :

a. Analisis Framework Dynamic CRM

Pada tahap ini, dilakukan analisis framework dynamic *Customer Relationship Management* dimana pada tahap ini meliputi fitur-fitur yang sudah diterapkan perusahaan atau fasilitas apa saja yang akan ada dalam sistem yang akan dibangun.

b. **Analisis segmentasi pelanggan menggunakan metode RFM**

Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis segmentasi pelanggan menggunakan metode RFM. Indikator analisisnya terdiri dari : *Recency, Frequency,* dan *Monetary.* Adapun tahapan dalam analisis segmentasi pelanggan menggunakan metode RFM yaitu :

1. Data Transaksi sudah terdefinisi dan terkini
2. Menghitung jarak rentang *recency*, *frequency* dan *monetary*
3. Perhitungan point RFM
4. Pengelompokkan pelanggan berdasarkan point RFM
5. Strategi bisnis atau layanan sesuai dengan pengelompokkan pelanggan

c. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Pada tahap ini, analisis kebutuhan non-fungsional ini merupakan elemen-elemen yang diperlukan dalam pembanguna sistem informasi CRM di PT. Angga Sarana Media. Kebutuhan non fungsional terbagi menjadi empat yaitu analisis perangkat keras, analisis perangkat lunak, analisis pengguna dan analisis pengkodean.

d. Analisis Kebutuhan Fungsional

Pada tahapan ini, analisis kebutuhan fungsional menyangkut mengkonfigurasi dari komponen-komponen perangkat lunak dan

perangkat keras dari suatu sistem sehingga instalasi dari sistem akan benar-benar memuaskan. Alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan sistem secara umum yang akan dibangun yaitu *diagram contex* dan *data flow diagram.*

7. Perancangan Sistem Informasi CRM

Pada tahap ketujuh, dilakukan perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management*. Perancangan sistem informasi CRM meliputi perancangan database yang akan dibangun, perancangan struktur menu apa saja yang nantinya ada di dalam sistem, perancangan antarmuka yang akan dibangun, dll.

8. Pembangunan Sistem Informasi CRM

Pada tahapan kedelapan, peneliti menerjemahkan hasil analisis dan perancangan ke dalam bahasa pemrograman PHP dan MySQL. Pembangunan sistem informasi *Customer Relationship Management* dimulai dari penerapan hasil analisis terhadap sistem informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibangun, seperti hasil analisis kebutuhan fungsional dan hasil analisis kebutuhan non fungsional. Setelah melakukan penerapan hasil analisis langkah selanjutnya adalah melakukan penerapan hasil perancangan sistem *Customer Relationship Management*. Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibangun berbasiskan *web*.

9. Melakukan pengujian sistem Customer Relationship Management

Pada tahapan kesembilan, pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah di bangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau eror dalam sistem tersebut. Terdapat beberapa pengujian, yaitu :

a. Pengujian *alpha*

   Pengujian *alpha* dilakukan dengan menggunakan metode *black box*. Pengujian *black box* merupakan pengujian program yang berfokus pada persyaratan fungsional suatu perangkat lunak.

b. Pengujian *beta*

Pengujian *beta* merupakan pengujian program / proyek yang sedang sedang dikerjakan secara langsung pada responden. Sebagian responden diminta untuk mengisi kuisioner yang berisi pertanyaan seputar program / proyek yang sedang dikerjakan.

10. Penarikan kesimpulan dan saran

Tahapan terakhir penelitian yang dilakukan adalah melakukan penarikan kesimpulan terhadap sistem yang telah di bangun berdasarkan tujuan awal penelitian dan saran untuk pengembangan sistem kedepannya. Penelitian di anggap berhasil apabila kesimpulan yang dirumuskan sesuai dan memenuhi tujuan awal penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan tugas akhir yang akan dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 membahas uraian mengenai latar belakang masalah yang diambil, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 membahas mengenai tinjauan umum mengenai PT. Angga Sarana Media dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi *Customer Relation Management* dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab 3 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 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab 4 membahas implementasi dalam bahasa pemrograman yaitu implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.