BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

PT Abdi Daya Mitra Abadi (ADMA) adalah perusahaan *outsourching* yang bergerak di bidang jasa penyedia *security, driver, cleaning service,* dan *front office*. Serta melayani penyediaan perlengkapan pengamanan seperti (pentungan, borgol, *handy talky,* dll.). PT ADMA saat ini memiliki 110 tenaga kerja yang siap bekerja dan 335 pekerja (*security, driver, cleaning service*, dan *front office*) yang telah ditempatkan di beberapa perusahaan BUMN dan swasta di Jawa Barat. Klien PT ADMA diantaranya Dinas Kesehatan Kota Bandung, Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat, Dinas Perkebunan Kota Bandung, Diskominfo Kota Bandung, Satpol PP Kota Bandung, dan lain sebagainya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Andi sebagai Manager Marketing PT ADMA, kondisi yang terjadi saat ini di PT ADMA adalah pada proses pemasaran PT ADMA menemukan masalah dalam mempromosikan produk jasa yang ditawarkan. Karena ketika melakukan promosi hanya menggunakan *Company Profile* yang berisi informasi singkat PT ADMA dan produk jasa saja. Akibatnya klien maupun calon klien kurang mengetahui informasi lengkap tentang PT ADMA dan seluruh produk yang dimiliki oleh PT ADMA. Fakta lain menunjukan bahwa klien maupun calon klien hanya memesan produk jasa tanpa mengetahui peralatan keamanan lain yang dipromosikan. Hal ini didapat dari daftar calon klien bulan Desember 2014 yaitu dari 5 (lima) calon klien yang sudah menerima surat penawaran produk jasa dan *Company Profile*, hanya satu yang melakukan pemesanan.

Prosedur pemesanan yang sedang berjalan di PT ADMA yaitu pihak klien maupun calon klien masih kesulitan dalam melakukan pemesanan produk sesuai dengan kebutuhan. Karena prosedur pemesanan hanya dilakukan apabila klien menghubungi pihak PT ADMA melalui telepon agar bagian marketing dapat

mendatangi secara langsung ke perusahaan calon klien untuk menjelaskan produk sehingga klien dapat melakukan pemesanan. Akibatnya calon klien tidak melakukan pemesanan dan klien tidak menambah jumlah pemesanan. Hal ini dilihat dari data pemesanan tahun 2012 sampai dengan 2014 yaitu klien melakukan perpanjangan kontrak tetapi tidak menambah jumlah produk dari pemesanan sebelumnya. Sedangkan klien yang potensial yaitu klien yang memperpanjang kontrak di tahun berikutnya dan adanya penambahan jumlah produk berupa produk jasa ataupun peralatan keamanan.

Permasalahan lainnya yaitu pada proses pelayanan, klien masih kesulitan dalam menyampaikan keluhan, kritik, dan saran karena tidak adanya fasilitas yang dapat menampung kritik dan saran dari klien. Akibatnya banyak klien yang tidak memperpanjang kontrak kerjasama dengan PT ADMA karena pelayanan yang diberikan kurang memuaskan. Hal ini berpengaruh besar terhadap penurunan jumlah klien PT ADMA dari tahun 2012 terdapat 27 klien, tahun 2013 terdapat 20 klien, dan sampai 2014 tersisa 16 klien.

Berdasarkan masalah yang ada saat ini di PT ADMA, maka PT ADMA membutuhkan sebuah sistem informasi *customer relationship management* (CRM) yang dapat memudahkan marketing dalam mempromosikan produk jasa dan peralatan keamanan, memudahkan klien dalam memesan produk jasa, peralatan keamanan, dan memudahkan klien dalam menyampaikan keluhan, kritik dan saran yang dapat dimanfaatkan marketing untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan klien.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, dirumuskan sebuah masalah yaitu bagaimana membangun sistem informasi *customer relationship management* (CRM) untuk memudahkan Marketing di PT ADMA.

I.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk membangun sistem informasi *customer relationship management* (CRM) di PT ADMA.

Tujuan pembangunan sistem informasi *customer relationship management* di PT ADMA adalah sebagai berikut :

a. Mempermudah marketing mempromosikan produk jasa dan peralatan keamanan untuk mendapatkan klien baru.
b. Mempermudah klien memesan produk jasa dan peralatan keamanan.
c. Mempermudah marketing dalam membangun hubungan baik dengan klien dengan memberikan fasilitas pelayanan keluhan, kritik dan saran.

I.4 Batasan Masalah

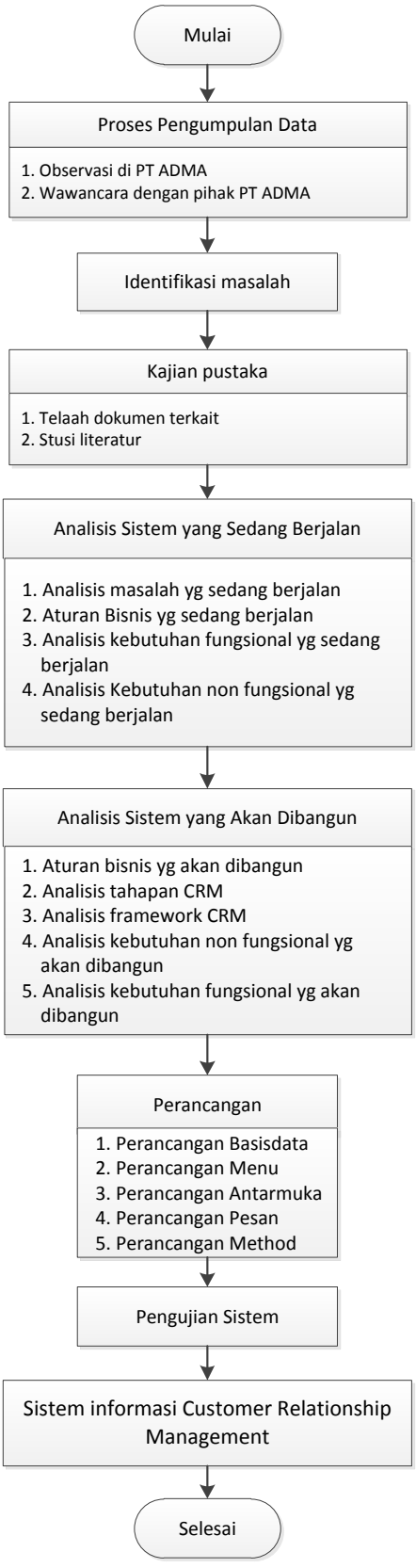
Batasan masalah yang akan dibahas dalam pembangunan sistem ini adalah sebagai berikut :

1. Pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang bersumber dari bagian Marketing dan bagian HRD di PT ADMA.
2. Jenis CRM yang digunakan adalah *Analytical* CRM.
3. Dari data yang dianalisis berupa lamanya klien yang bekerja sama, jumlah pemesanan produk jasa dan peralatan keamanan.
4. Data klien yang diolah hanya data periode 2012 sampai dengan 2014.
5. Proses yang dilibatkan pada sistem adalah proses pengolahan data klien, proses pengolahan data user, proses pengolahan data pemesanan, proses pengolahan data produk, dan proses pengolahan data pelayanan klien.
6. Keluaran pada sistem berupa informasi klien, informasi perusahaan, informasi pemesanan, laporan keluhan klien, dan informasi daftar produk.
7. Sistem yang dibuat berbasis *website*.
8. Pembangunan CRM menggunakan analisis metode *framework* CRM.
9. Analisis dan pemodelan yang digunakan dalam pembangunan sistem adalah pemodelan *Unifed Modeling Language (UML).*
10. Perangkat lunak yang digunakan adalah :
    a. *WampServer* untuk Apache, MySQL, dan PHP.
    b. Macromedia *Dreamweaver* untuk membuat *code* program.

c. *Photoshop* dan *Corel Draw* untuk *design interface website*.

I.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, dimana memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Adapun alur penelitian ini digambarkan pada gambar I.1.



Gambar I.1. Alur Penelitian Pembangunan Sistem CRM

I.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

   Studi lapangan merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan penelitian ke perusahaan terkait. Studi lapangan ini dilakukan dengan 2 cara, yaitu :

   a. Observasi

      Observasi merupakan kegiatan pengamatan langsung di PT ADMA untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

   b. Wawancara

      Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada pihak PT ADMA yang berkaitan dengan topik permasalahan yang diambil.

2. Studi Literatur

   Studi literatur adalah mengumpulkan data melalui buku-buku, situs internet, dan catatan kuliah yang erat hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

I.5.2 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Metode analisis data dalam pembuatan perangkat lunak menggunakan paradigma perangkat lunak secara *waterfall*. Berikut ini adalah gambaran dan fase-fase dari metode *waterfall* :

1. *Communication*

   Langkah ini merupakan analisis terhadap kebutuhan *software*, dan tahap untuk mengadakan pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan Manager Marketing di PT ADMA.

2. *Planning*

   Proses *Planning* merupakan lanjutan dari proses *communication* (*analysis requirement*). Tahapan ini akan menghasilkan dokumen *user requirement* atau bisa dikatakan sebagai data yang berhubungan dengan keinginan *user* dalam pembuatan *software*, termasuk rencana yang akan dilakukan.

3. *Modeling*

   Proses *modeling* ini akan menerjemahkan syarat kebutuhan ke sebuah perancangan *software* yang dapat diperkirakan sebelum dibuat *coding*. Proses ini berfokus pada rancangan arsitektur sistem secara keseluruhan berupa identifikasi aktor, *Activity Diagram, Use Case Diagram, Use Case Scenario, Sequence Diagram* dan *Class Diagram*. Tahapan ini akan menghasilkan dokumen yang disebut *software requirement*.

4. *Construction*

   Tahap ini merupakan tahap pengkodean atau pembuatan sistem menggunakan bahasa pemograman PHP. Setelah pembuatan sistem telah selesai dilanjutkan dengan *testing* terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan *testing* adalah untuk menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem yang telah dibuat agar bisa diperbaiki.

5. *Deployment*

   Tahap ini adalah tahap terakhir dalam pembuatan sistem yang dibangun. Sistem digunakan oleh *user* kemudian sistem yang dibangun akan dilakukan pemeliharaan secara berkala.

I.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, maksud dan tujuan pembangunan sistem informasi *customer relationship management* di PT ADMA, batasan masalah, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang sejarah dan profil perusahaan PT ADMA, struktur organisasi, *job description* dan berbagai konsep teori dan referensi-referensi tentang *customer relationship management* yang akan digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini membahas tentang analisis sistem, analisis permasalahan, analisis sistem yang sedang berjalan, analisis tahapan CRM dan analisis *framework* CRM, analisis kebutuhan non fungsional, analisis kebutuhan fungsional yang mencakup identifikasi aktor, *Use Case Diagram* sistem informasi CRM, *Use Case Scenario*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram*, *Class Diagram* sistem informasi CRM, serta perancangan sistem yang mencakup perancangan basis data dan perancangan arsitektur.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi implementasi dan analisis dari perancangan sistem yang dilakukan. Ujicoba dan hasil pengujian sistem menggunakan *blackbox* untuk menguji sistem yang telah dibangun, dan pengujian beta untuk mengetahui tanggapan pengguna, sehingga perangkat lunak yang dibangun sesuai dengan analisis dan perancangan yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian sistem serta saran pengembangan sistem kedepan.