BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Akhbar Print adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang digital printing. Akhbar Print melayani print document, print photo, kartu nama, x-banner, baligho, spanduk, dll. Dalam pelayanan konsumennya, akhbar print mengelompokan konsumen ke dalam 2 jenis, yaitu konsumen biasa dan konsumen *repeat order*.

Berdasarkan wawancara dengan Iin Akhbar selaku owner dari Akhbar Print, keadaan yang ada saat ini adalah setelah konsumen melakukan pembelian produk, Akhbar Print tidak melakukan kontak lagi dengan konsumen. Hal ini menyebabkan Akhbar Print kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari konsumen yang sama. Selain itu, saat ini Akhbar Print belum memiliki sarana yang digunakan untuk menampung keluhan dari konsumen. Hal ini menyebabkan Akhbar Print tidak dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dihasilkan. Oleh karena itu perlu adanya sarana yang dapat membuat konsumen dapat menyampaikan keluhan dengan mudah.

Konsumen merupakan aset yang sangat penting bagi Akhbar Print. Berdasarkan data transaksi Akhbar Print pada tahun 2014, konsumen yang ada di Akhbar Print berjumlah lebih dari tiga ribu konsumen. Dengan banyaknya konsumen yang dimiliki Akhbar Print, maka masalah yang harus dihadapi adalah bagaimana menentukan kelompok konsumen berdasarkan transaksi yang telah dilakukan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi setiap konsumen berdasarkan kelompok konsumen.

Setelah konsumen sudah memiliki kelompok, masalah selanjutnya adalah bagaimana membuat konsumen biasa untuk menjadi pelanggan tetap. Dengan menerapkan konsep CRM (*Customer Relationship Management*), perusahaan dapat mengidentifikasi konsumen potensial dengan melakukan segmentasi konsumen. Tujuan dari proses segmentasi konsumen adalah untuk mengetahui perilaku konsumen dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Model RFM merupakan model untuk menentukan

segmentasi konsumen berdasarkan *recency*, *frequency*, dan *monetary*. Yaitu teknik pengelompokan konsumen dari transaksi berdasarkan transaksi terakhir dilakukan, banyaknya transaksi yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan rata-rata total pembelian yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan hal di atas, maka diperlukan suatu sistem yang dapat membantu dalam penggunaan data konsumen secara maksimal sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat bagi pihak manajemen. Pengambilan keputusan dilaksanakan setelah melalui proses analisis, pemodelan, dan evaluasi terhadap data yang tersimpan di basis data untuk menghasilkan sebuah hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumennya. Maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam skripsi dengan judul **"Pembangunan Sistem Informasi Customer Relationship Management di Akhbar Print".**

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya adalah bagaimana membangun Sistem Informasi Customer Relationship Management di Akhbar Print.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah merancang dan membuat sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) di Akhbar Print. Sedangkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Membantu Akhbar Print dalam membuat konsumennya kembali menggunakan produk dari Akhbar Print dengan penanganan keluhan yang baik dan pemberian apresiasi terhadap konsumen sesuai dengan kategori konsumen.
b. Membantu Akhbar Print dalam Mendorong konsumen biasa menjadi pelanggan tetap.
c. Membantu Akhbar Print dalam mengelompokan konsumen untuk menetukan strategi pemasaran.

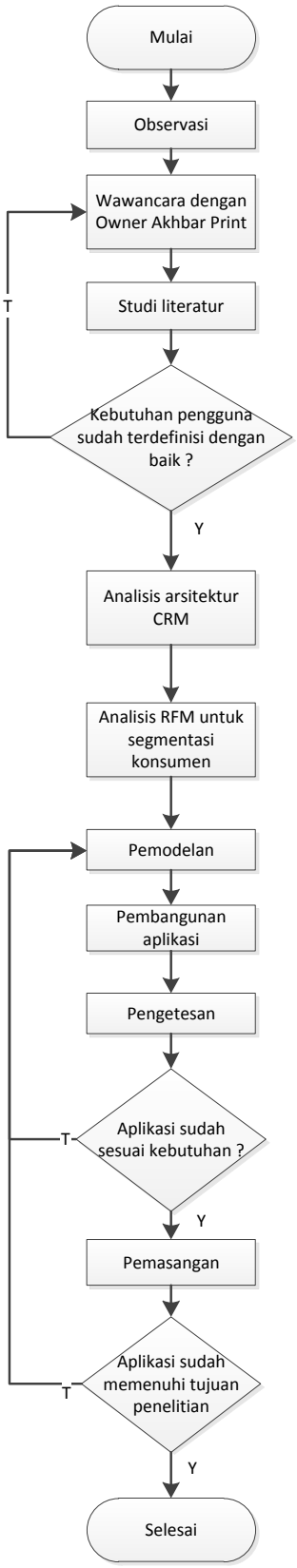
1.4 Batasan Masalah

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

a. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemrograman PHP dan DBMS menggunakan MySQL.
b. Model proses yang digunakan adalah *Object Oriented Programming*.
c. CRM yang dibangun adalah CRM jenis analitikal.
d. Representasi jumlah pelanggan dalam setiap *segmen* menggunakan atribut RFM(*Recency, Frequency, Monetary*).
e. Konsumen yang ada dikelompokan ke dalam 4 kelompok yaitu *most valuable customer, most growable customer, below zeros, migrators*.
f. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang dilakukan yaitu melalui beberapa tahap, tahap tersebut akan dijelaskan dalam sebuah *flowchart* yang ada pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Flowchart metodologi penelitian

Berdasarkan gambar di atas, tahapan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan obyek penelitian secara langsung ke Akhbar Print
2. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan Owner dari Akhbar Print.
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 konsumen adalah analisis untuk menentukan kelompok konsumen berdasarkan transaksi yang dilakukannya.
6. Tahap selanjutnya adalah pemodelan, yaitu menerjemahkan data yang dirancang ke dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh user. Namun bila user requirements masih belum terdefinisi dengan baik, maka kembali ke proses nomor 2.
7. 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.
8. 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.
9. 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.

10. Jika aplikasi sudah dapat memenuhi tujuan penelitian, maka proses selesai, jika tidak maka kembali ke proses nomor 4.

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 I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang permasalahan, mencoba mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, menentukan tujuan dan kegunaan penelitian, yang kemudian diikuti dengan pembatasan masalah, asumsi, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas berbagai konsep dasar dan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan dan hal-hal yang berguna dalam proses analisis permasalahan serta tinjauan terhadap penelitian-penelitian serupa yang telah pernah dilakukan sebelumnya termasuk sintesisnya.

BAB III 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 Sistem Informasi *Customer Relationship Management* Akhbar Print.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai implementasi serta penjelasan tentang teknik dan strategi pengujian Sistem Informasi *Customer Relationship Management* Akhbar Print.

BAB V 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.