BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

PT. ARINDO PRATAMA (PT. AP) merupakan sebuah perusahaan nasional yang berdiri pada tahun 1993 di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. PT ARINDO PRATAMA adalah badan usaha yang bergerak di bidang *payment point online bank* (PPOB). PPOB ini antara lain melayani pembayaran rekening listrik PLN, token prabayar PLN, rekening telephone dan speedy, voucher pulsa elektronik, rekening PDAM, leasing kendaraan bermotor, transfer dan ticketing, gas, pajak-pajak, asuransi jiwa. Jumlah pelanggan saat ini yaitu 821 pelanggan berupa loket. Persyaratan untuk menjadi loket antara lain, menyediakan perangkat komputer/laptop, koneksi internet, mengisi dan mengirim formulir pendaftaran, setor deposit awal minimal Rp 500.000, jarak antar loket minimal 2 KM.

PT. ARINDO PRATAMA sebagai pelaku bisnis yang sudah lama berkecimpung dalam bidang PPOB perlu memikirkan bagaimana untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan. Peneliti telah melakukan wawancara kepada narasumber PT ARINDO PRATAMA yaitu dengan bapak Aris Munandar di bagian Operasional. Narasumber menyatakan bahwa masih terdapat permasalahan dalam hal penentuan loket potensial. Tidak adanya sistem yang mampu menentukan loket potensial ini membuat loket hanya bergabung untuk waktu singkat.

Selain terjadi pemasalahan dalam hal pelayanan loket. Pelayanan loket yang kurang baik ini mengakibatkan perusahaan kesulitan untuk menentukan pelanggan yang potensial. Pelayanan loket yang kurang baik ini pada saat loket melakukan pengisian deposit, loket melakukan transaksi pengisian deposit, setelah transaksi pengisian selesai, antara loket dan perusahaan tidak terjadi kontak lagi sehingga perusahaan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan lebih lanjut dari loket yang sama. Kontak dan komunikasi antara perusahaan dan loket adalah sesuatu yang sangat penting, karena dalam komunikasi ini perusahaan dapat mengenal loket dan mengetahui apa yang loket inginkan, sehingga perusahaan dapat terus mempertahankan loket yang ada.

Selain itu juga kesulitan juga perusahaan kesulitan untuk menentukan loket yang potensial. Tidak adanya sistem yang mampu menentukan loket potensial ini membuat loket hanya bergabung untuk waktu singkat.

Selain itu perusahaan juga kesulitan dalam menemukan gambaran atau rancangan yang tepat guna mempertahankan loketnya. Kesulitan ini berupa tidak adanya fasilitas yang dapat memberikan promosi atau suatu reward kepada loket yang tepat. Sulitnya menentukan rancangan yang tepat ini mengakibatkan berhentinya loket atau berpindahnya loket ke perusahaan pesaing. Hal ini dikarenakan tidak adanya info tentang tingkat keloyalitasan pelanggan sehingga rekomendasi atau gambaran yang ada tidak ditujukan kepada loket yang tepat.

Perusahaan pun masih kekurangan cara dalam menarik minat loket baru. Promosi yang perusahaan lakukan saat ini yaitu dengan cara mengadakan seminar dan membuat brosur. Kurangnya cara promosi untuk mendapatkan loket baru ini berakibat tidak jadinya konsumen bergabung dengan perusahaan ataupun konsumen yang akan bergabung berpindah kepada perusahaan pesaing.

PT. ARINDO PRATAMA membutuhkan sarana yang dapat membangun dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan loket untuk kesuksesan perusahaan. Hal ini yang menjadi fokus dan acuan dalam proses manajemen loket atau yang dikenal dengan *Customer Relationship Management*(CRM). *Customer Relationship Management*(CRM) adalah strategi bisnis yang terdiri dari software dan layanan yang didesain untuk meningkatkan keuntungan(*profit*), pendapatan(*revenue*) dan kepuasan loket(*customer satisfaction*). *Customer Relationship Management*(CRM) merupakan perpaduan antara 3 aspek yang saling berkaitan yaitu: *Customer*, *Relationship* dan *Management*.

Sebuah pembangunan sistem CRM yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan loketnya yang mengimplementasikan konsep *Customer Relationship Management*(CRM) merupakan solusi dari masalah diatas. Jenis CRM yang digunakan adalah *analitycal* crm, *analytical* crm ini dikenal sebagai CRM "*back office"*. Pengambilan keputusan pada metode ini dilakukan setelah melalui proses analisis, pemodelan dan evaluasi terhadap data yang tersimpan untuk menghasilkan sebuah hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan

loketnya. Untuk menyusun spesifikasi kebutuhan software CRM diperlukan sebuah *framework*, dan *framework* yang menjadi acuan peneliti adalah "*A framework of Dynamic CRM*". *Framework* ini menjelaskan tahapan pada pembangunan / penerapan CRM yang berfokus pada 3 informasi yaitu informasi mengenai loket, informasi untuk loket dan informasi oleh loket.

Indikator yang digunakan untuk menentukan keloyalitasan loket pada tugas akhir ini ada 3, yaitu: tanggal traksaksi yang paling akhir akan menentukan nilai *recency*(pengukuran nilai loket dilihat dari transaksi yang paling akhir), jumlah transaksi akan menentukan nilai *frequency*(pengukuran nilai loket dilihat dari jumlah aktifitas yang dilakukan dalam satu periode) dan jumlah dari transaksi deposit akan menentukan nilai *monetary*(pengukuran nilai loket dilihat dari jumlah nominal yang dikeluarkan). Metode yang digunakan untuk menangani indikator tersebut adalah metode *data mining clustering*. Berdasarkan masalah yang sudah diuraikan maka dibutuhkan suatu Sistem *Customer Relationship Management* di PT ARINDO PRATAMA. Dengan adanya sistem CRM ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan solusi dari permasalahan tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka permasalahan yang terjadi di PT. ARINDO PRATAMA adalah bagaimana membangun sistem *customer relationship management* di PT. ARINDO PRATAMA yang dapat mendukung kelancaran hubungan antara pihak perusahaan dan loket.

1.3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan suatu cara untuk melihat, menduga, memperkirakan dan menguraikan serta menjelaskan apa yang menjadi masalah. Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditarik beberapa permasalahan yang muncul, yaitu:

1. Administrasi kesulitan menentukan loket yang potensial.
2. Customer Service kesulitan memberikan pelayanan yang baik.
3. Manager Operasional kesulitan untuk menentukan rencana yang tepat guna mempertahankan loket yang loyal.

4. Promotion kekurangan cara dalam menarik loket baru.

1.4. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk membangun sistem *Customer Relationship Management* (CRM) di PT.ARINDO PRATAMA menggunakan *framework of dynamic CRM*.

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Memudahkan administrasi dalam menentukan loket yang potensial.
2. Memudahkan customer service dalam memberikan pelayanan yang baik.
3. Memudahkan manager operasional dalam menentukan rencana untuk mempertahankan loket yang loyal.
4. Membantu promotion dalam menarik minat loket baru.

1.5. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penulisan skripsi dapat memberikan pemahaman yang terarah sesuai dengan yang diharapkan. Batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi ini adalah:

A. Data loket yang diolah adalah data loket yang paling baru dengan bulan *update* januari 2015 dan data transaksi dari bulan januari 2015-maret 2015(3 bulan).

B. Pelanggan yang dimaksud adalah loket.

C. Jenis CRM yang digunakan adalah *analytical CRM*.

D. Indikator yang digunakan untuk mengukur keloyalitasan loket adalah: *recency, frequency dan monetary*.

E. Data yang diolah berupa: data loket dan data transaksi.

F. Proses pengolahan data dilakukan oleh pengguna pada halaman admin.

G. Keluaran dari sistem adalah informasi berupa: informasi loket, informasi transaksi deposit loket, informasi tingkat keloyalitasan loket(loket termasuk loket yang loyal, cukup loyal atau tidak loyal)

H. Metode yang digunakan untuk pengelompokkan keloyalitasan loket adalah *data mining using rfm analysis (recency, frequency & monetary).*

I. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).

J. *Framework* yang digunakan adalah *framework of dynamic CRM*.

K. Sistem akan dibangun berbasis web.

L. Sistem akan dibangun dengan menggunakan bahasa pemograman PHP.

M. Database yang digunakan yaitu MySql.

1.6. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, dimana memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menggambarkan fakta-fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian sekarang secara sistematis, faktual dan akurat. Metode penelitian ini memiliki dua tahapan, yaitu tahap pengumpulan data dan tahap pembangunan perangkat lunak.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Tahapan pengumpulan data yang digunakan yaitu:

A. Studi Literatur

Studi ini dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai literatur-literatur dari perpustakaan yang bersumber dari buku-buku, teks, dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan topik penelitian.

B. Studi Lapangan

Studi ini dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang akan diteliti dan pengumpulan data dilakukan secara langsung. Hal ini meliputi:

1. Wawancara

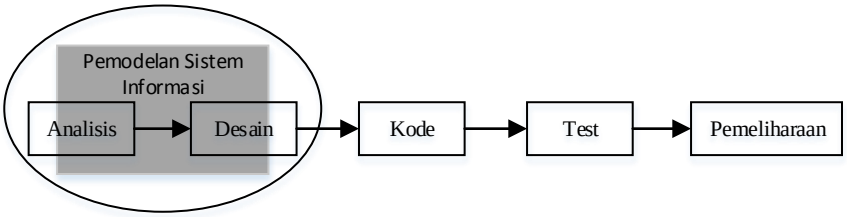
Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data dengan cara sesi tanya jawab secara langsung dengan pihak instansi terkait dengan penelitian.

2. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dengan pihak instansi terkait dengan penelitian.

1.6.2. Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Model yang digunakan dalam pembangunan perangkat lunak ini adalah menggunakan model *waterfall*, yang meliputi beberapa proses seperti yang terdapat pada gambar 1.1, yaitu:



Gambar 1.1 Model Pembangunan Perangkat Lunak *Waterfall*

A. System / Information Engineering and Modeling.

Permodelan ini diawali dengan mencari kebutuhan dari keseluruhan sistem yang akan diaplikasikan ke dalam bentuk software. Hal ini sangat penting, mengingat software harus dapat berinteraksi dengan elemen-elemen yang lain seperti hardware, database, dsb. Tahap ini sering disebut dengan Project Definition.

B. Software Requirements Analysis.

Proses pencarian kebutuhan diintensifkan dan difokuskan pada software. Untuk mengetahui sifat dari program yang akan dibuat, maka para software engineer harus mengerti tentang domain informasi dari software, misalnya fungsi yang dibutuhkan, user interface, dsb. Dari 2 aktivitas tersebut (pencarian kebutuhan sistem dan software) harus didokumentasikan dan ditunjukkan kepada loket..

C. *Design.*

Proses ini digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan diatas menjadi representasi ke dalam bentuk "blueprint" software sebelum coding dimulai. Desain harus dapat mengimplementasikan kebutuhan yang telah disebutkan pada tahap sebelumnya. Seperti 2 aktivitas sebelumnya, maka proses ini juga harus didokumentasikan sebagai konfigurasi dari software.

D. Coding.

Untuk dapat dimengerti oleh mesin, dalam hal ini adalah komputer, maka desain tadi harus diubah bentuknya menjadi bentuk yang dapat dimengerti oleh mesin, yaitu ke dalam bahasa pemrograman melalui proses coding. Tahap ini

merupakan implementasi dari tahap design yang secara teknis nantinya dikerjakan oleh programmer.

E. Testing / Verification.

Sesuatu yang dibuat haruslah diujicobakan. Demikian juga dengan software. Semua fungsi-fungsi software harus diujicobakan, agar software bebas dari error, dan hasilnya harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan yang sudah didefinisikan sebelumnya.

F. *Maintenance*.

Pemeliharaan suatu software diperlukan, termasuk di dalamnya adalah pengembangan, karena software yang dibuat tidak selamanya hanya seperti itu. Ketika dijalankan mungkin saja masih ada errors kecil yang tidak ditemukan sebelumnya, atau ada penambahan fitur-fitur yang belum ada pada software tersebut. Pengembangan diperlukan ketika adanya perubahan dari eksternal perusahaan seperti ketika ada pergantian sistem operasi, atau perangkat lainnya

1.7. 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 I PENDAHULUAN

Bab I membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud dan Tujuan, Batasan Masalah, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II membahas tentang profil PT. ARINDO PRATAMA yang memaparkan Sejarah Instansi, Logo Instansi, Visi Misi Perusahaan, Badan Hukum, Struktur Organisasi dan *Job Description* tempat praktikan melakukan penelitian dan Landasan Teori yang berhubungan dengan *Customer Relationship Management*.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab III membahas tentang analisis sitem dan perancangan sistem yang untuk aplikasi yang dibangun.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab IV membahas implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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