BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembagan teknologi yang semakin pesat menuntut manusia untuk selalu berdampingan dengan teknologi. Karena dengan adanya teknologi, seperti teknologi informasi memudahkan manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal tersebut pun berlaku di dunia bisnis, dengan adanya kecanggihan teknologi khususnya teknologi telekomunikasi seperti internet perlunya suatu bisnis tersebut untuk memangfaatkan teknologi yang ada untuk memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan dengan menerapkan konsep *Customer Relationship Management* (CRM) pada bisnisnya yang diimplementasikan dalam sebuah website.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu sistem yang dikembangkan dengan tujuan untuk menunjang perusahaan dalam membangun hubungan yang erat dengan para pelanggannya. Karena pelanggan merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan.

Testtube Preneur atau yeng lebih dikenal dengan nama Testtube Clothing and Digital Printing berdiri pada awal tahun 2010, merupakan usaha yang bergerak dibidang pembuatan personal merchandising atau corporate merchandising, souvenir dan jasa cetak digital yaitu pembuatan berbagai produk sebagai media promosi untuk keperluan pribadi maupun promosi perusahaan. Pelanggan dari perusahaan ini tersebar di wilayah Jawa Barat terutama di kota

Bandung. Berikut ini adalah data transaksi dari pelanggan selama bulan Februari 2013 :

Tabel 1.1

Data Transaksi Pelanggan Pada Testtube Clothing and Digital Printing

No	Nama konsumen	Februari 2013			
		Nama produk	Qty	Volume transaksi	Total
1	Konsumen 1	Bon faktur	12 pcs	1	Rp. 100.000
		X-banner indoor	2 pcs	1	Rp. 50.000
2	Konsumen 2	Pulpen photo	50 pcs	1	Rp. 250.000
3	Konsumen 3	Brosur full color	1 Rim	1	Rp. 50.000
		Id card	25 pcs	1	Rp. 200.000
		Stampel standar	1 pcs	1	Rp. 60.000
4	Konsumen 4	X- banner	1 pcs	1	Rp. 25.000
5	Konsumen 5	Mug photo	12 pcs	1	Rp. 360.000
6	Konsumen 6	Bon faktur	12 pcs	1	Rp. 100.000
7	Konsumen 7	Print baju	4 pcs	1	Rp. 300.000
		Mug	4 pcs	1	Rp. 120.000
Total penjualan					Rp.1.615.000

Sumber : Buku Pemesanan Testtube Clothing and Digital Printing

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan memberikan beberapa keuntungan dalam setiap transaksi yang dilakukan yaitu dengan memberikan sebuah *gift* (bingkisan) berupa produk bagi pelanggan yang telah melakukan lima kali transaksi pembelian dan menerima pelayanan berupa pengantaran barang pesanan ke tempat khusus untuk wilayah kota Bandung.

Terlepas dari upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang prima untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan dalam mendapatkan pelanggan baru

perusahaan menemukan beberapa kendala pada proses bisnisnya, diantaranya ketika proses pembelian datang langsung ke tempat akan menyita biaya dan waktu bagi pelanggan yang berada jauh dari lokasi perusahaan sedangkan jika pemesanan lewat telepon pelanggan tidak dapat melihat informasi mengenai produk yang ditawarkan.

Pada proses promosi dan pemasaran perusahaan mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi produk karena belum mempunyai website terkait informasi produk perusahaan. Kemudian pada proses pelayanan pelanggan *(customer service)* perusahaan membuka layanan pengaduan berupa kritik dan saran dari pelanggan baik secara langsung maupun lewat telpom. Namun, hal ini memiliki kendala dimana perusahaan belum mempunyai media untuk menampung masukkan tersebut serta layanan ini tidak dapat dilakukan dalam waktu 24 jam.

Selain itu belum adanya media yang dapat menyimpan dan mencari data-data karena pengolahan data masih dilakukan secara manual mengakibatkan lambatnya pengelolaan serta kurang akuratnya informasi yang dihasilkan dan dampak lainnya lagi yaitu menyulitkan perusahaan dalam memperhatikan pelanggan yang potensial dan loyal terhadap perusahaan karena tidak dapat melihat pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian.

Oleh karena itu, dengan melihat kondisi dan permasalahan pada perusahaan perlu adanya suatu media yaitu berupa sistem yang mengintegrasikan antara pemasaran, pemesanan, dan pelayanan konsumen menjadi suatu aplikasi berbasis *on-line* yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan

pelanggannya dengan membuat sebuah website yang mengimplementasikan konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Dengan adanya aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang berbasis website diharapkan dapat menjadi solusi perusahaan dalam manajemen pelayaanan perusahaan dan dapat memangfaatkan database pelanggan beserta keluhannya untuk menjadi masukan dan perbaikan perusahaan dan dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan *(order)* serta dijadikan sebagai media promosi produk perusahaan yang dapat menghemat baiaya perusahaan dalam memperomosikan produk kepada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ditarik kesimpulan untuk melakukan penelitian sekaligus mengangkat topik ini sebagai bahan tulisan skripsi yang berjudul: "**MEMBANGUN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) BERBASIS WEB PADA TESTTUBE CLOTHING AND DIGITAL PRINTING**".

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi dan rumusan masalah pada Testtube Clothing and Digital Printing adalah sebagai berikut:

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Pengelolaan data pelanggan masih dilakukan secara manual mengakibatkan lambatnya pengelolaan serta kurang akuratnya informasi yang dihasilkan.

2. Perusahaan mengalami kesulitan dalam mendapatkan pelanggan baru yang dikarenakan media promosi yang sudah berjalan saat ini masih belum maksimal.
3. Perusahaan belum maksimal dalam melakukan pelayanaan terhadap pelanggannya mengakibatkan kesulitan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan.
4. Perusahaan membutuhkan sistem informasi untuk pengelolaan data-data pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih optimal terhadap pelanggan dan sebagai media promosi yang efektif dalam meningkatkan penjualannya.

1.2.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan penulis bahas antara lain:

1. Bagaimana sistem yang sedang berjalan di Testtube Clothing and Digital Printing dalam pengelolaan data pelanggan, melakukan pemesanan *(order),* pelayanan pelanggan (*customer service),* dan bentuk promosi yang dijalankan.
2. Bagaimna merancang aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web ini dibangun agar pengelolaan data lebih cepat dan akurat, melakukan pemesanan *(order)* secara online, pelayanan terhadap pelanggan *(customer service)* berjalan maksimal dan sebagai media promosi berjalan secara efektif.
3. Bagaimana implementasi aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testtube Clothing and Digital Printing.

4. Bagaimana pengujian aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testube Clothing and Digital Printing.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian di Testtube Clothing and Digital Printing adalah sebagai berikut:

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk mengumpulkan data dan informasi yang terkait dalam pengelolaan data pelanggan, melakukan pemesanan *(order),* memberikan pelayanaan terhadap pelanggan *(customer service)* secara maksimal, serta sebagai media promosi yang efektif dan efesien, sehingga implementasi dari aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web yang akan dibangun diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap penjualan di Testtube Clothing and Digital Printing.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem yang berjalan di Testtube Clothing and Digital Printing dalam melakukan pengelolaan data pelanggan, pemesanan *(order),* pelayanaan terhadap pelanggannya *(customer service),* dan bentuk promosi yang dijalankan.
2. Untuk merancang aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web dalam memudahkan perusahaan ketika melakukan pengelolaan data yang akan lebih cepat dan akurat, melakukan

pemesanaan *(order)* secara online, pelayanaan terhadap pelanggan *(customer service)* berjalan maksimal dan sebagai media promosi berjalan secara efektif.

3. Untuk mengimplementasikan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testtube Clothing and Digital Printing.
4. Untuk melakukan pengujian aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testtube Clothing and Digital Printing.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua), yaitu sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengatasi beberapa permasalahaan yang terjadi pada Testtube Clothing and Digital Printing diantaranya:

a. Bagi Perusahaan

Pembangunan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web dapat mempermudah perusahaan dalam mengelola informasi pemesanan, pengelolaan data pelanggan, memberikan kualitas pelayanan keluhan pelnggan dan promosi. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan hubungan yang lebih baik antara pelanggan dan perusahaan, meningkatkan kemampuan bersaing yang lebih baik dengan pihak pesaing, menyediakan informasi-informasi terbaru yang dibutuhkan oleh pelanggan.

b. Bagi Konsumen

Mangfaat untuk konsumen atau pelanggan adalah memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai informasi pada Testtube clothing and Digital Printing terkait pemesanan *(order)*, penyampaian keluhan dan masukan berupa kritik dan saran serta informasi mengenai perusahaan dan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

1.4.2. Kegunaan Akademis

a. Bagi Pengembang

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang sistem informasi terutama mengenai strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dan pengembangan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada sebuah perusahaan yang nantinya bisa digunakan sebagai bahan referensi untuk mengembangkan sistem dengan menambahkan pada sistem sebelumnya.

b. Bagi peneliti lain

Dapat membantu peneliti lain yang akan melakukan penelitian dibidang atau masalah yang sama dengan penulis, sebagai bahan referensi untuk perbaikan dan diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan peneliti lain tersebut.

c. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah atau memperkaya wawasan pengetahuan baik teori atau praktek, belajar

menganalisa dan melatih daya pikir dalam mengambil kesimpulan atas permasalahan yang ada di dalam perusahaan.

1.5. Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian diharapkan dapat membantu memecahkan permasalahan yang ada pada suatu tempat penelitian. Untuk memecahkan suatu masalah diperlukan pengelompokan-pengelompokan masalah sehingga dapat di pecahkan secara terstruktur dan terarah. Oleh sebab itu penulis mengelompokan batasan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Adapun batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Perancangan dan pembangunan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada Testtube Clothing and digital Printing ini dibuat mencakup proses pendaftaran pelanggan, pemesanan produk, konfirmasi pembayaran, promosi produk serta pelayanan pelanggan seperti masukan dan keluhan berupa kritik atau saran serta menyertakan fasilitas *chatting* berupa link yang terhubung ke aplikasi *chatting* yahoo masanger, sehingga dengan adanya fasilitas ini pelanggan dapat berinteraksi secara langsung dengan adminnya.
2. Proses pembayaran produk hanya dilakukan secara *off-line* yaitu melalui transfer ke rekening Bank.
3. Dalam Proses pemesanan pelanggan dapat mengupload desainnya sendiri dimana 1 desain untuk 1 jenis produk yang dipesan, minimal pesanan 1/2 lusin atau 6 piccess.

4. Pemesanaan akan dikerjakan oleh perusahaan apabila pelanggan telah melakukan pembayaran dan telah melakukan konfirmasi pembayaran melalui website dan apabila dalam jangka waktu 3 hari unag tidak dikirimkan dan tidak melakukan konfirmasi pembayaran maka barang tidak akan di produksi dan transaksi dibatalkan.
5. Proses produksi dikerjakan 7 hari setelah melakukan pembayaran minimal uang muka 50% dari total pembelian.
6. Ongkos kirim yang tertera di transaksi pemesanan disesuiakan berdasarkan berat dan jarak kota tujuan sesuai dengan pihak JNE.
7. Sistem tidak membahas pembelian bahan baku ke supplier dan stock bahan baku di asumsikan selalu ada.
8. Layanan pelanggan *(customer service)* yang disediakan dalam website hanya berupa komunikasi lewat *chatting* berupa link yang terhubung ke aplikasi *chatting* yahoo masanger dan penyampaian keluhan pada form pengaduan.

1.6. Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi tempat penelitian dilakukan di Testtube Clothing and Digital Printing yang beralamat di Jl. Rajawali Timur Gg Barnas 1 Bandung. Penelitian ini dilakukan selama 4 (empat) bulan dari bulan maret sampai bulan juni 2013. Adapun waktu penelitian ini penulis jadwalkan sebagai berikut:

Tabel 1.2

Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Nama Kegiatan	2013															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengurusan izin																
2	pengumpulan data																
3	pembuatan proposal																
4	Analisis																
5	Desain																
6	Coding																
7	Testing																
8	Maintenance																
9	Dokumentasi																