BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Percikan Iman Tours & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa dalam membantu menyiapkan fasilitas untuk pelayanan haji, umroh, tour domestik dan internasional, serta pelayanan lainnya seperti dokumen dan *ticketing*. PT. Percikan Iman Tours & Travel memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mempersiapkan semua kebutuhan dan persiapan perjalanan, sehingga semua perjalanan yang dilakukan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan harga yang bersaing.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Yogi Prabudhi Sugiar selaku pihak *Marketing Manager* di PT. Percikan Iman Tours & Travel dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, *marketing manager* mengalami kesulitan dalam menentukan jenis promosi produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada pelanggan, karena *manager marketing* belum mengetahui pelanggan mana yang memiliki potensi besar untuk menggunakan produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh perusahaan. Akibatnya, *marketing manager* belum menetapkan jenis promosi. Permasalahan selanjutnya adalah *marketing manager* mengalami kesulitan dalam menentukan paket tour yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan maupun calon pelanggan baru, penyebabnya adalah *marketing manager* menentukan sendiri paket tour yang akan ditawarkan tanpa memperhatikan minat dari pelanggan maupun calon pelanggan baru yang mengakibatkan paket tour yang ditawarkan tersebut tidak diminati oleh pelanggan maupun calon pelanggan baru karena tidak sesuai dengan kebutuhan.

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi bisnis yang terdiri dari *software* dan layanan yang didesain untuk meningkatkan keuntungan (*profit*), pendapatan (*revenue*) dan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) [1]. Konsep dasar CRM diawali dengan mengenal, mengetahui, dan menggali apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat lebih

mudah untuk mewujudkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya. Hal tersebut sangat bermanfaat untuk menciptakan kesan yang baik terhadap perusahaan dengan perlakuan yang membahagiakan pelanggan yang hasilnya adalah kesetiaan yang diberikan pelanggan pada perusahaan. Jenis CRM yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Analitycal* CRM, pengambilan keputusan dengan metode ini dilakukan setelah melalui proses analisis, pemodelan dan evaluasi terhadap data yang tersimpan untuk menghasilkan sebuah hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan [2]. Adapun *framework* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dynamic* CRM, *framework* ini menjelaskan tahapan pada pembangunan atau penerapan CRM yang berfokus pada tiga inforamasi, yaitu informasi mengenai pelanggan, informasi untuk pelanggan dan informasi oleh pelanggan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dalam penelitian ini akan dilakukan pembangunan *customer relationship management* di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi di PT. Percikan Iman Tours & Travel yaitu bagaimana membangun *customer relationship management* di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk membangun *Customer Relationship Management* di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu *marketing manager* dalam menentukan jenis promosi kepada pelanggan berdasarkan tingkat segmentasi pelanggan.
2. Membantu *marketing manager* dalam menentukan paket tour yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan maupun calon pelanggan.

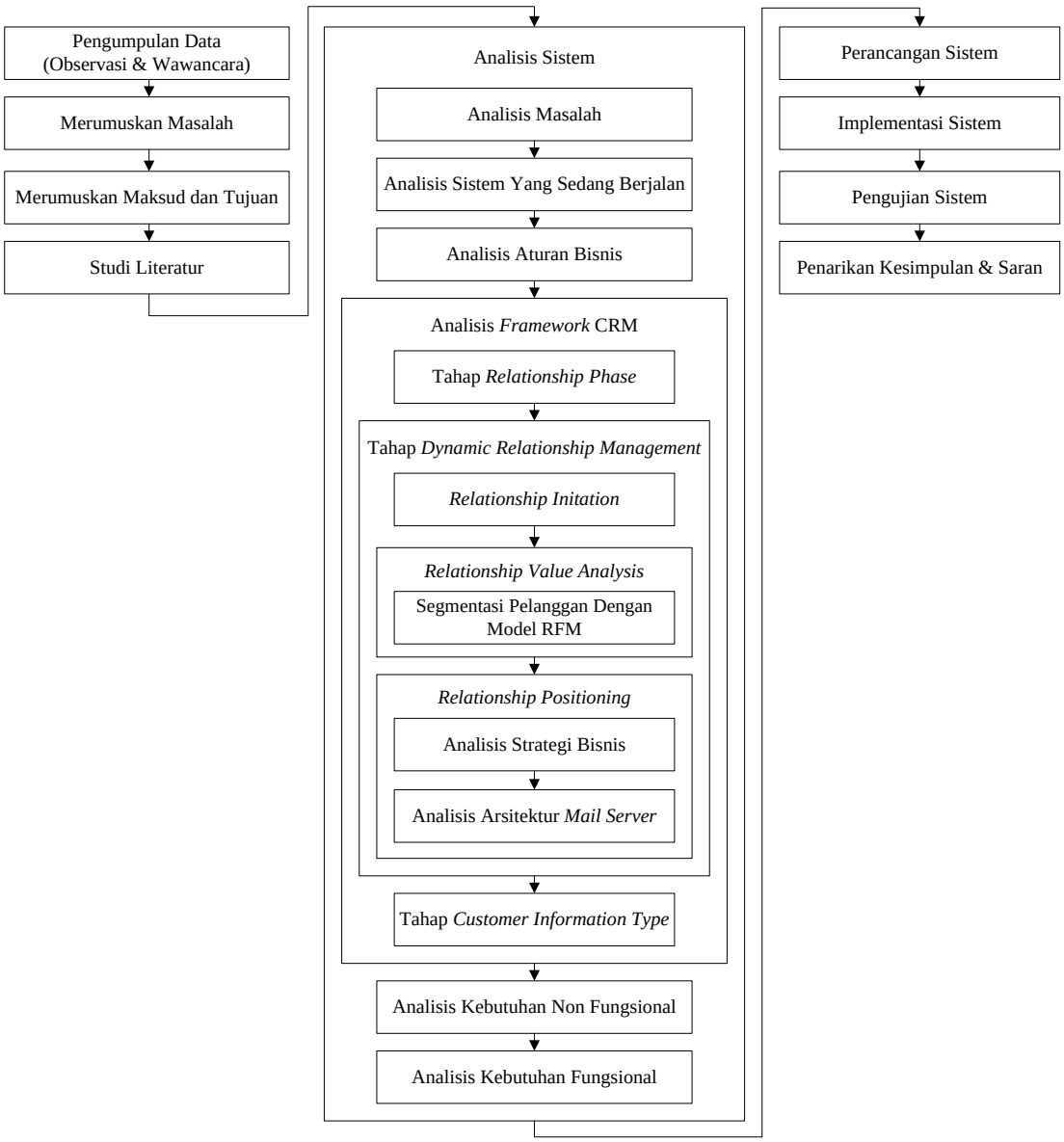
1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk mengarahkan kegiatan supaya kegiatan yang dilakukan tidak menyimpang dan menghindari pembahasan yang tidak sesuai dengan topik penelitian, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data transaksi (Juni 2014 - Juni 2015), data pelanggan, dan data produk atau jasa (umroh dan tour).
2. Jenis CRM yang digunakan dalam pembangunan *Customer Relationship Management* ini adalah *Analytical* CRM.
3. *Framework* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Dynamic* CRM.
4. Metode yang digunakan dalam segmentasi pelangan menggunakan analisis RFM (Resensi, Frekuensi, Moneteri).
5. Pelanggan yang ada dikelompokan kedalam 4 kelompok, yaitu *most valuable customer, most growable customer, below zeroes, dan migrators.*
6. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tersetruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*), Diagram Konteks dan DFD *(Data Flow Diagram*).
7. Sistem *Customer Relationship Management* yang akan dibangun berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan DBMS MySql.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dimana data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data transaksi pelanggan. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menggambarkan fakta dan informasi. Metode penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

Adapun keterangan dari langkah-langkah yang terdapat pada gambar di atas adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara melakukan survey langsung ke lapangan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak Marketing PT. Percikan Iman Tours & Travel.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan obyek penelitian secara langsung di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

2. Perumusan masalah

Pada tahap ini, perumusan masalah yang dimaksud adalah dengan melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

3. Perumusan maksud dan tujuan penelitian

Pada tahap ini, peneliti melakukan perumusan maksud dan tujuan penelitian sesuai dengan hasil rumusan masalah. Tujuan ini dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang dilakukan di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

4. Studi Literatur

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan *Customer Relationship Management* yang akan dibahas dalam penelitian ini melalui buku-buku, internet, dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management*.

5. Analisis Sistem

Analisis sistem merupakan penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh dan nyata kedalam bagian-bagian atau komponen-komponennya yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi masalah dan hambatan yang muncul dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan dapat diusulkan untuk perbaikannya. Analisis sistem tersebut meliputi:

a. Analisis Masalah

Analisis masalah merupakan asumsi dasar dari masalah yang akan diuraikan dalam analisis sistem yang sedang berjalan.

b. Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan

Analisis sistem yang sedang berjalan merupakan analisis proses-proses yang berkaitan dengan penelitian yang sedang berjalan di PT. Percikan Iman Tours & Travel.

c. Analisis Aturan Bisnis

Analisis aturan bisnis merupakan analisis aturan bisnis yang sedang berjalan di perusahaan. Analisis aturan bisnis dibagi menjadi dua bagian, yaitu analisis aturan bisnis berdasarkan fakta yang terjadi di perusahaan dan analisis aturan bisnis berdasarkan kebutuhan di perusahaan.

d. Analisis Framework CRM

Analisis *framework* CRM ini bertujuan untuk menganalisis *framework* yang akan digunakan pada sistem CRM yang akan dibangun agar fitur CRM dapat dibangun secara cepat dan tepat. Dalam penelitian ini framework yang digunakan adalah *Dynamic* CRM. Pada dynamic CRM ini terdapat tiga tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Relationship Phase

Pada tahap *relationship phase* ini dibagi lagi menjadi tiga tahapan, diantarnya adalah sebagai berikut:

a) Acquisition

Merupakan tahapan yang digunakan untuk menarik minat calon pelanggan baru agar tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan

b) Retention

Merupakan tahapan yang digunakan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

c) Expansion

Merupakan tahap yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar terus menerus menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

2. Dynamic Relationship Positioning

Dynamic Relationship Positioning terbagi lagi kedalam tiga tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Relationship Initation

Pada tahap ini, perusahaan menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk dilakukan segmentasi pelanggan, yaitu berupa data transaksi pelanggan.

b) Relationship Value Analysis

Pada tahap ini akan dilakukan segmentasi pelanggan dengan menggunakan model RFM.

c) Relationship Positioning

Tahap ini merupakan tahap yang digunakan untuk menindaklanjuti segmentasi pelanggan yang akan dilakukan pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini akan dilakukan analisis penentuan jenis promosi dan akan dilakukan analisis arsitektur *mail server* yang akan digunakan sebagai media penyampaian informasi kepada pelanggan.

3. Customer Information Type

Merupakan tipe-tipe informasi pelanggan. pada tahap ini terdapat tiga informasi pelanggan, diantaranya: o*f-the-customer information, for-the-customer information* dan *by-the-customer information*.

e. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

Pada tahapan ini, terbagi menjadi beberapa analisis yaitu:

1. Analisis kebutuhan perangkat keras

Pada tahapan ini peneliti menganalisis kebutuhan perangkat keras terhadap sistem CRM di PT. Percikan Iman Tours & Travel apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat keras atau belum.

2. **Analisis kebutuhan perangkat lunak**

Pada tahapan ini peneliti menganalisis kebutuhan perangkat lunak terhadap sistem CRM di PT. Percikan Iman Tours & Travel, apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat lunak atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat lunak.

3. **Analisis user**

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis user yang berperan dalam penggunaan sistem CRM yang akan dibangun.

4. **Analisis Basis Data**

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis kebutuhan basis data dari sistem CRM yang akan dibangun. *Tool* yang akan digunakan yaitu Entity Relationship Diagram (ERD).

f. Analisis Kebutuhan Fungsional

Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis kebutuhan fungsional yang akan digunakan dalam sistem CRM, antara lain:

1. **Diagram Konteks**

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis proses yang terjadi secara umum berupa aliran informasi dari user kepada sistem *customer relationship management* yang akan dibangun.

2. **Data Flow Diagram (DFD)**

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis proses yang terjadi secara khusus berupa aliran informasi antara user, sistem informasi customer relationship management dan database.

3. **Spesifikasi proses**

   Tahapan ini, peneliti akan menganalisis spesifikasi setiap proses dari DFD dalam bentuk tabel.

4. **Kamus Data**

   Tahapan ini, peneliti akan menganalisis setiap tabel beserta spesifikasinya dari database dalam bentuk tabel.

6. Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan tahapan yang dilakukan setelah melakukan tahap analisis, pada tahap ini akan dijelaskan sistem CRM yang akan dibangun.

a. Skema Relasi

Pada tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan database dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

b. Struktur Tabel

Pada tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan tabel database yang akan dijelaskan struktur tabel nya.

c. Perancangan Struktur Menu

Pada tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada sistem CRM nantinya.

d. Perancangan Antar Muka

Pada tahapan ini, peneliti akan membuat antar muka yang akan ada pada Sistem Informasi CRM lengkap dengan instruksi perintahnya.

e. Perancangan Pesan

Pada tahapan ini berisi tentang tampilan pesan yang akan muncul pada halaman ketika melakukan sebuah aksi.

f. Perancangan Jaringan Semantik

Pada tahapan ini, peneliti akan membuat jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antar muka yang ada pada sistem informasi CRM.

g. Perancangan Prosedural

Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur sistm informasi CRM yang dibangun. adapun *tool* yang digunakan adalah *flowmap*.

7. **Implementasi Sistem**

   Implementasi sistem yang telah dirancang dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu: implementasi perangkat lunak, implementasi perangkat keras, implementasi basis data, implementasi antarmuka

8. **Pengujian sistem CRM**

   Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau eror dalam sistem tersebut.

9. **Penarikan Kesimpulan dan Saran.**

   Tahapan ini merupakan pengambilan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk pengembangan sistem kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang sejarah, logo, visi, misi, struktur organisasi perusahaan dan teori-teori yang berhubungan dengan judul penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi analisis masalah dari objek penelitian untuk mengetahui hal atau masalah apa yang timbul dan mencoba memecahkan masalah tersebut, serta berisi perancangan dari aplikasi yang akan digunakan

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini berisi penjelasan dari proses analisis dan perancangan yang telah dilakukan untuk selanjutnya diimplementasikan menjadi perangkat lunak dan dilakukan pengujian terhadap perangkat lunak tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup penyusunan laporan yang berisi kesimpulan dari implementasi dan uji coba yang dilakukan. Selain itu berisi pula saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan aplikasi di masa yang akan datang.