BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seruni Merdeka Foto adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang studio fotografi digital yang terletak di Jl. Merdeka No. 49, Kelurahan Babakan Ciamis, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Seruni Merdeka Foto melayani penjualan produk dan jasa seperti foto studio, foto dan video dokumentasi kegiatan, penjualan album, frame, aksesoris perlengkapan kamera, dll. Dalam pelayanan terhadap pelanggannya, Seruni Merdeka Foto mengelompokan pelanggan kedalam dua jenis, yaitu pelanggan baru dan pelanggan tetap. Pelanggan baru merupakan pelanggan yang hanya melakukan satu kali transaksi sedangkan pelanggan tetap adalah pelanggan yang melakukan transaksi lebih dari satu kali di Seruni Merdeka Foto.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sakaria Tanzil selaku bagian general manager dan perwakilan dari pihak Seruni Merdeka Foto, keadaan yang terjadi pada perusahaan saat ini, 60% dari pelanggan tetap selalu membeli produk yang sama yaitu foto studio. Pelanggan memberikan keluhan secara langsung dan mengisi kuesioner (lampiran) yang diberikan yang menyatakan bahwa mereka merasa bosan dengan produk yang mereka beli dan tidak mengetahui informasi produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan, dikarenakan perusahaan kurang memanfaatkan daya jual produk dan kebiasaan pelanggan (*customer behavior*) dari 40% pelanggan tetap yang melakukan transaksi membeli lebih dari satu produk, yang akibatnya perusahaan tidak berusaha membuat pelanggan melakukan transaksi lebih banyak dari apa yang dibutuhkannya sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih dan pelanggan tidak beralih dari Seruni Merdeka Foto ke perusahaan lainnya. Selain itu perusahaan tidak berusaha melakukan kontak kembali kepada pelanggan yang telah melakukan satu kali transaksi di Seruni Merdeka Foto, dikarenakan kurangnya proses pemasaran terhadap pelanggan baru yang dilakukan oleh perusahaan, hal ini menyebabkan Seruni Merdeka Foto kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari

pelanggan yang sama dengan cara membuat pelanggan baru menjadi pelanggan tetap.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka diperlukan sistem informasi yang dapat memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi dan membantu Seruni Merdeka Foto dalam pengelolaan management dan hubungan dengan pelanggan secara maksimal. *Customer Relationship Management* merupakan jenis management yang membahas tentang penanganan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan. *Customer Relationship Management* adalah strategi untuk memperoleh, mengkonsolidasi, menganalisa data, untuk kemudian digunakan untuk berinteraksi dengan *customer*, dengan demikian akan tercipta suatu pandangan yang komprehensif terhadap *customer* dan hubungan yang lebih baik dengan *customer*[1].

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan fakta dan masalah diatas, diperlukan pembangunan strategi pemasaran dengan pendekatan *customer relationship management* di Seruni Merdeka Foto untuk membantu mengatasi permasalahan yang terjadi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi di Seruni Merdeka Foto yaitu bagaimana membangun sistem yang berfokus kepada pelanggan yang dapat mendekatkan dan menindak lanjuti pelanggan setelah pelanggan melakukan trasnsaksi sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dengan membangun sistem informasi *Customer Relationship Management* di Seruni Merdeka Foto.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah merancang dan membuat sistem informasi strategi pemasaran dengan pendekatan *Customer Relationship Managemet* di Seruni Merdeka Foto. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu *General Manager* dalam memudahkan proses promosi dan melakukan pemasaran terhadap pelanggan baru.

2. Membantu *Marketing* dalam memanfaatkan daya jual produk dan menentukan rekomendasi produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan kebiasaan pelanggan (*Customer Behavior*).

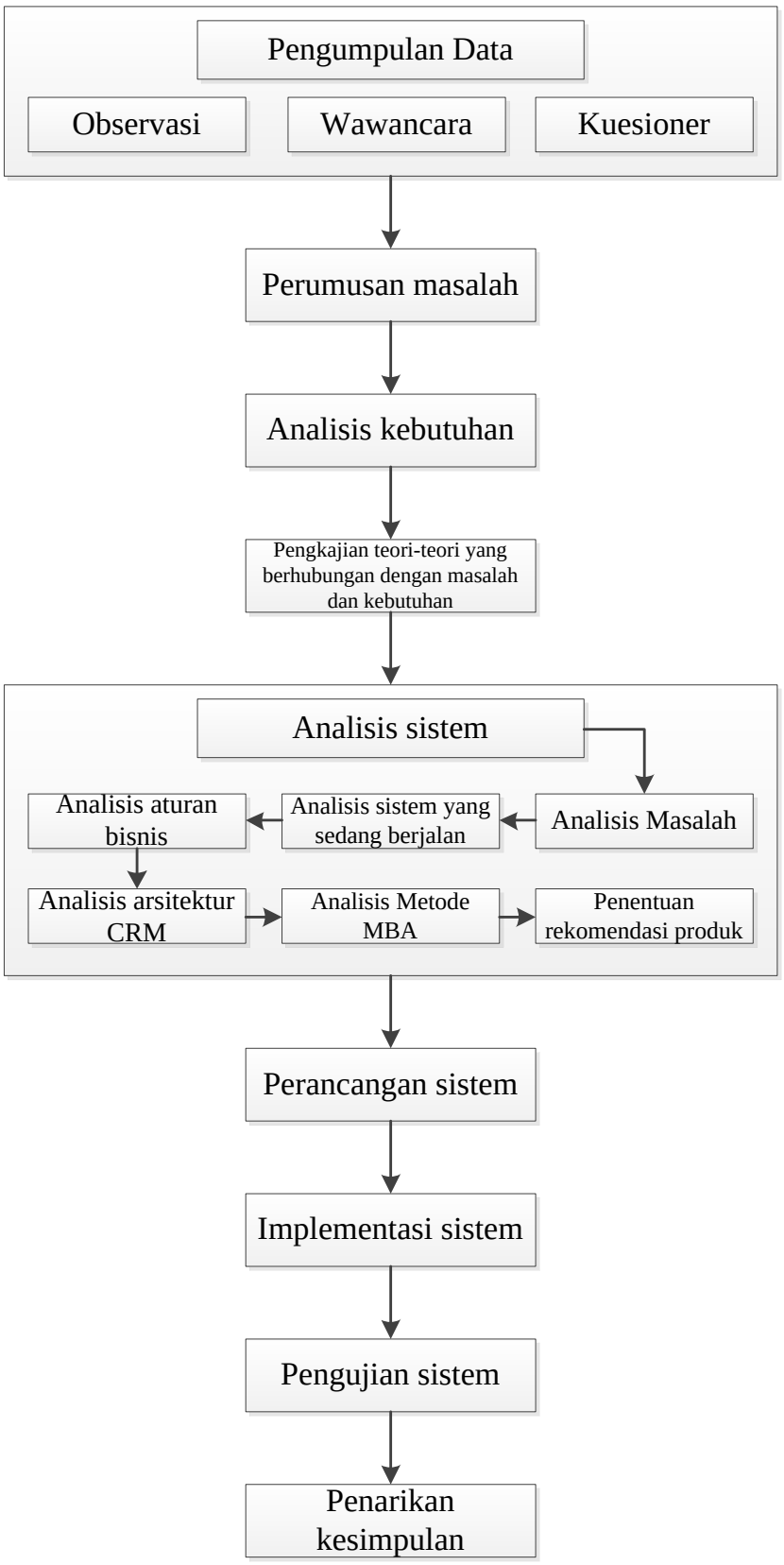
1.4 Batasan Masalah

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

1. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan MySql sebagai databasenya.
2. Model proses yang digunakan adalah tersturktur yang meliputi ERD *(Entity Relationship Diagram)* dan DFD *(Data Flow Diagram).*
3. Jenis CRM yang dibangun adalah *Collaboration* CRM.
4. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Strategic* CRM.
5. Metode yang digunakan untuk rekomendasi produk adalah metode *market basket analysis* berdasarkan kebiasaan pelanggan (*Customer Behavior*)
6. Data yang digunakan adalah data pelanggan, data produk, data transaksi (Januari 2016 – Februari 2016), data analisa penjualan tahun 2015 dan data kuesioner.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Ada beberapa tahap untuk mendapatkan data, tahap tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 metodologi penelitian

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang tergambar pada gambar 1 sebagai berikut :

1. Pengumpulan data

Pada pengumpulan data ini dibagi menjadi tiga pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara dan kuesioner.

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi berupa data sekunder. Data sekunder hasil dari studi lapangan ke Seruni Merdeka Foto ini berupa data atau dokumen yang berkaitan dengan perusahaan.

b. Wawancara

Mengadakan tanya jawab secara langsung dengan Bapak Sakaria Tanzil selaku bagian General Manager terkait masalah yang akan dijadikan penelitian.

c. Kuesioner

Melakukan pembagian kuesioner dengan pelanggan terkait pertenyaan seputar keadaan yang terjadi di Seruni Merdeka Foto berdasarkan pengamatan pelanggan.

2. Perumusan masalah

Perumusan masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di Seruni Merdeka Foto

3. Analisis kebutuhan

Tahap pengumpulan informasi mengenai kebutuhan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dan harapan yang diinginkan.

4. Pengkajian teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan kebutuhan

Tahap ini pengumpulan data dapat diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan referensi-referensi yang telah diperoleh dengan menggunakan metode pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian dan *Customer Relationship Management*, melaui buku-buku, internet, dan *paper* yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management*.

5. Analisis sistem

Pada tahap ini dilakukan analisis sistem *customer relationship managemenet* yang meliputi beberapa sub tahapan berikut ini:

a. Analisis Masalah

Tahap ini merupakan sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dari hasil sebuah penelitian.

b. Analisis Sistem yang sedang berjalan

Analisis yang dimaksud merupakan proses analisis yang berhubungan dengan transaksi pelanggan di Seruni Merdeka Foto yang sedang berjalan saat ini.

c. Analisis aturan bisnis

Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di Seruni Merdeka Foto seperti kondisi, syarat dan ketentuan untuk pelanggan.

d. Analisis Arsitektur CRM

analisis arsitektur *customer relationship management* dimana pada tahap ini meliputi tahap-tahap yang di gunakan dalam aplikasi yang akan dibangun dengan menggunakan *framework Strategic CRM*.

e. Analisis Metode MBA (*Market Basket Analysis*)

Analisis metode MBA dilakukan untuk melihat frekuensi transaksi produk dan kebiasaan pelanggan (*customer behavior*) dari transaksi pelanggan.

f. Penentuan Rekomendasi Produk

Tahap ini adalah proses menentukan produk yang akan di rekomendasikan kepada pelanggan berdasarkan metode yang digunakan.

6. Perancangan sistem

Proses menangkap kebutuhan pada tahap sebelumnya untuk perancangan sistem yang akan dibangun.

7. Implementasi sistem

Pada tahap ini merupakan penerapan dari hasil perancangan ke dalam bahasa pemrograman.

8. Pengujian sistem

Pengujian terhadap sistem yang telah dibangun sehingga sesuai dengan kebutuhan yang sudah didefinisikan sebelumnya.

9. Penarikan kesimpulan

Tahapan ini merupakan pengambilan kesimpulan dan saran untuk pengembangan sistem kedepannya.

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 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan permasalahan yang dihadapi perusahaan, menentukan maksud dan tujuan penelitian, batasan masalah, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang tinjauan umum pada Seruni Merdeka Foto dan berbagai konsep dasar mengenai sistem informasi, *Customer Relationship Management* (CRM), strategi pemasaran serta teori-teori yang berkaitan dengan pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

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 *Customer Relationship Management* di Seruni Merdeka Foto.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai implementasi serta penjelasan tentang teknik dan strategi pengujian *Customer Relationship Management* di Seruni Merdeka Foto.

BAB 5 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.