BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

CV. AL-AZZAM adalah sebuah perusahaan konveksi yang mendistribusikan berbagai alat dan perlengkapan jahit. Perusahaan yang beralamat di Jl. Cidurian Utara No. 99 Kiaracondong Bandung ini mempunyai sasaran pelanggan berupa toko-toko jahit maupun tukang jahit rumahan. Pelanggan CV. AL-AZZAM adalah pihak yang bertransaksi melalui sales dan memiliki aktifitas transaksi yang berbeda-beda.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan Bapak Budi Gumilar selaku pemilik CV. AL-AZZAM, strategi promosi yang saat ini sedang berjalan di CV. AL-AZZAM yaitu dengan mendatangi toko-toko jahit maupun tukang jahit rumahan kemudian menawarkannya secara langsung. Menurutnya, Strategi ini menimbulkan kendala berupa banyaknya waktu dan biaya yang dikeluarkan perusahaan sehingga pengeluaran perusahaan lebih banyak. Strategi ini juga menimbulkan sebagian pelanggan tidak mengetahui informasi tentang apa yang dipromosikan oleh perusahaan karena terbatasnya jumlah sales yang dimiliki oleh CV. AL-AZZAM serta pelanggannya yang banyak membuat pihak perusahaan kesulitan menyampaikan informasi tersebut. Padahal ada kemungkinan pelanggan yang tidak diberikan informasi promosi tersebut merupakan pelanggan yang menurut CV. AL-AZZAM adalah pelanggan yang berpotensial. Selain itu juga di CV. AL-AZZAM belum ada perlakuan khusus terhadap pelanggan sehingga pihak pelanggan yang sering bertransaksi merasa diperlakukan sama.

Sesuai dengan masalah yang telah dijabarkan tersebut pemilik berkeinginan mempertahankan pelanggannya dengan cara memberikan diskon atau promosi menarik bagi pelanggannya yang sering melakukan transaksi, namun belum adanya segmentasi terhadap pelanggan membuat pemilik perusahaan

kesulitan menentukan promosi seperti apa yang akan dipromosikan kepada pelanggan berdasarkan kelompok pelanggan itu sendiri.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka CV. AL-AZZAM memerlukan solusi yaitu bagaimana merancang, membangun, dan menerapkan suatu metode yang dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dan membantu menentukan jenis promosi untuk pelanggan berdasarkan segmentasi pelanggannya dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM). Dalam CRM sendiri ada banyak metode untuk proses segmentasi pelanggan, namun dalam kasus ini penulis mengambil salah satu metode yaitu metode LRFM dimana dalam metode ini penentuan pelanggan berdasarkan 4 atribut yaitu *Length*, *Recency*, *Frequency* dan *Monetary* karena menurut CV. AL-AZZAM pelanggan yang loyal itu adalah pelanggan yang sering bertransaksi (*frequency*) dan juga pelanggan dengan nilai transaksi yang tinggi (*monetary*).

Oleh karena itu penulis melakukan penelitian ini dengan judul "SEGMENTASI PELANGGAN UNTUK PEMBERIAN PROMOSI DI CV. AL-AZZAM".

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, dapat diperoleh beberapa masalah dalam penelitian yaitu:

1. Belum adanya segmentasi pelanggan di CV. AL-AZZAM.
2. Pemilik kesulitan menentukan promosi untuk pelanggannya.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah membangun Segmentasi Pelanggan Untuk Pemberian Promosi Di CV. AL-AZZAM.

Sedangkan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Melakukan segmentasi pelanggan menggunakan metode LRFM (*Length*, *Recency*, *Frequency* dan *Monetary*).

2. Membantu Pemilik dalam menentukan promosi untuk pelanggannya berdasarkan hasil segmentasi pelanggan.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada dalam SEGMENTASI PELANGGAN UNTUK PEMBERIAN PROMOSI DI CV. AL-AZZAM ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem Informasi Customer Relationship Management yang akan dibuat ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan basis data/*database* MySQL.
2. Sistem yang akan dibangun berbasis website.
3. Lingkup pembangunan sistem tidak meliputi pemesanan/order yang ada diluar cakupan CRM.
4. Pemodelan data menggunakan ERD *(Entity Relationship Management)* dan pemodelan fungsional menggunakan DFD *(Data Flow Diagram).*
5. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM analitikal.
6. CRM yang digunakan difokuskan pada segmentasi atau pengelompokan pelanggan menggunakan metode *LRFM.*
7. Pembangunan Sistem menggunakan kerangka kerja *Dynamic* CRM
8. Pengguna sistem meliputi :
   a. Pemilik

      Pemilik memiliki hak akses untuk melihat hasil dari segmentasi berupa tabel dan diagram.
   b. Administrator

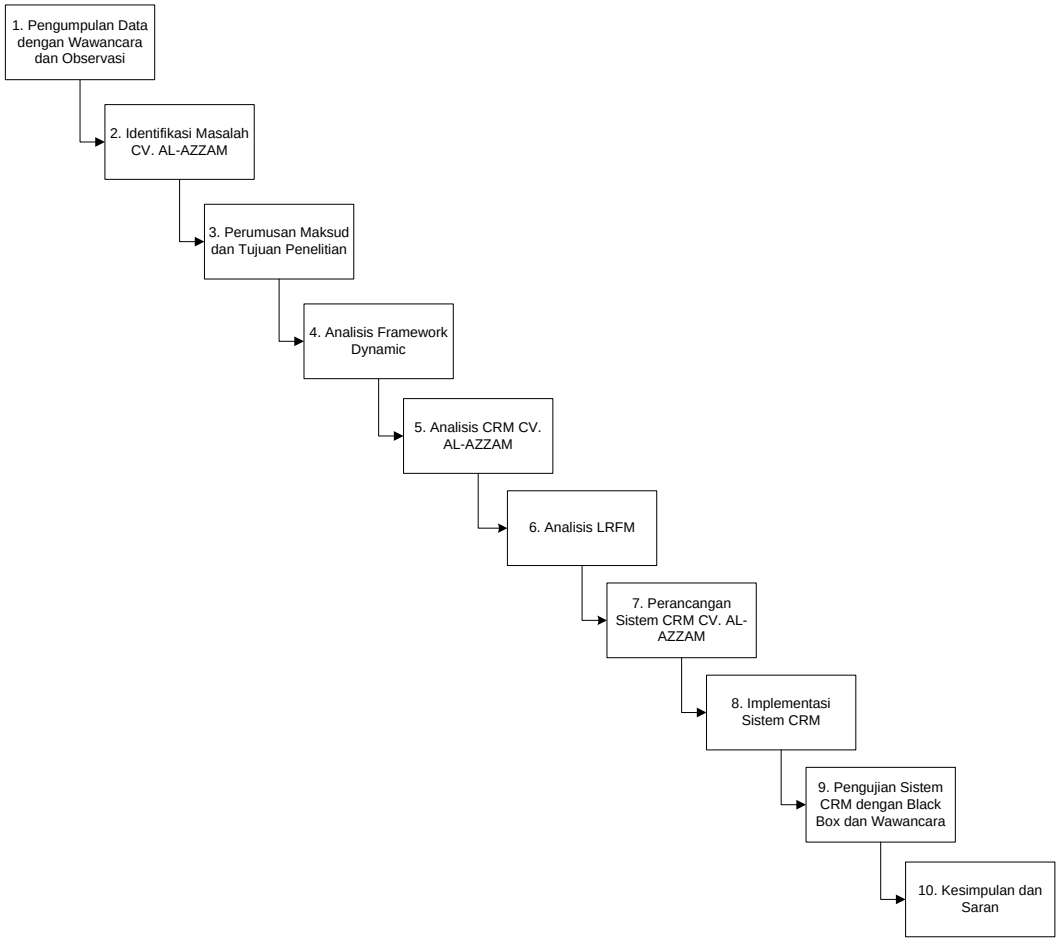
      Administrator memiliki hak akses untuk menginputkan data transaksi, data pelanggan dan memproses seluruh data.

1.5. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam Pembangunan Sistem Informasi Customer Relationship Management Berbasis Website di CV. AL-AZZAM adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan

untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang hal-hal yang diperlukan secara sistematis, faktual dan akurat.

Berikut ini adalah tahapan dalam perancangan sistem informasi CRM:



Gambar 1. 1 Tahapan Perancangan Sistem Informasi CRM

Berikut ini adalah keterangan dari langkah-langkah yang ada pada Gambar 1.1 sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data dengan Wawancara dan Observasi**

   Pada tahap awal ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survey perusahaan CV. AL-AZZAM serta mengumpulkan data-data yang diperlukan pada perusahaan tersebut.

2. Identifikasi Masalah di CV. AL-AZZAM

Pada tahap kedua, identifikasi masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di CV. AL-AZZAM.

3. Perumusan Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada tahap perumusan maksud dan tujuan, peneliti melakukan perumusan maksud dan tujuan sesuai dengan hasil yang ada pada rumusan masalah. Adapun tujuan ini dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang dilakukan.

4. Analisis Framework Dynamic

Pada tahap ini peneliti melakukan analisa *framework* CRM yaitu menggunakan *Dynamic* CRM.

5. Analisis CRM CV. AL-AZZAM

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap sistem informasi Customer Relationship Management dimana pada tahap ini meliputi beberapa hal sebagai berikut :

1. Analisis Masalah

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

2. Analisis Sistem yang sedang berjalan

   Analisis yang dimaksud merupakan proses analisis yang berhubungan dengan transaksi pelanggan yang terjadi di CV. AL-AZZAM. Prosedur tersebut diantaranya prosedur pemesanan dan pengembalian.

3. Analisis aturan bisnis

   Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di CV. AL-AZZAM seperti kondisi dan syarat dan ketentuan untuk pelanggan.

4. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

   Pada tahapan ini, terbagi menjadi beberapa analisis yaitu:

   a. Analisis kebutuhan perangkat keras

      Pada tahapan ini peneliti menganalisis kebutuhan perangkat keras terhadap sistem informasi CRM di CV. AL-AZZAM, apakah

sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat keras atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat keras.

b. Analisis kebutuhan perangkat lunak

Pada tahapan ini peneliti menganalisis kebutuhan perangkat lunak terhadap sistem informasi CRM di CV. AL-AZZAM, apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat lunak atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat lunak.

c. Analisis User

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis user pada CV. AL-AZZAM yang berperan dalam penggunaan sistem informasi CRM.

5. Analisis Kebutuhan Fungsional

a. Basis Data

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis kebutuhan Database dari Sistem Informasi CRM yang akan dibangun. Tool yang akan digunakan yaitu Entity Relationship Diagram (ERD).

b. Diagram Konteks

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis proses yang terjadi secara umum berupa aliran informasi dari user ke Sistem Informasi CRM yang akan dibangun.

c. *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.

d. Spesifikasi proses

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

e. Kamus Data

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

6. Analisis LRFM

Pada tahap ini peneliti melakukan analisa metode yaitu menggunakan metode LRFM.

7. Perancangan Sistem CRM CV. AL-AZZAM

Pada tahap perancangan sistem informasi CRM, peneliti akan merancang sistem informasi yang akan dibangun, antara lain:

1. Diagram Relasi

   Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan *database* dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

2. Struktur Tabel

   Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan tabel *database* yang akan dijelaskan struktur tabel nya.

3. Perancangan Struktur Menu

   Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada sistem informasi CRM yang akan dibangun.

4. Perancangan Antar Muka

   Pada tahap ini peneliti akan membuat antar muka yang akan ada pada sistem informasi CRM lengkap dengan instruksi perintahnya.

5. Perancangan Jaringan Semantik

   Pada tahap ini penelijnti akan membuat jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antar muka yang ada pada sistem informasi CRM yang akan dibangun.

6. Perancangan Prosedural

   Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur sistem informasi CRM yang akan dibangun. Adapun tool yang digunakan menggunakan flowmap.

8. Implementasi Sistem CRM

Implementasi sistem informasi CRM yang telah dirancang dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

a. Implementasi perangkat lunak.
b. Implementasi perangkat keras.
c. Implementasi basis data.
d. Implementasi antarmuka.

9. **Pengujian Sistem CRM dengan Black Box dan Wawancara**

   Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah di bangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau *error* dalam sistem tersebut.

   Terdapat beberapa pengujian, yaitu:

   1. Pengujian black box.
   2. Pengujian wawancara.

10. **Kesimpulan dan Saran**

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

1.6. Sistematika Penulisan

Gambaran secara umum dari isi laporan ini akan dijelaskan pada sistematika penulisan dari skripsi yang akan dibuat adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas uraian mengenai latar belakang masalah yang diambil, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum CV. AL-AZZAM dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai aplikasi pengelolaan data, dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi analisis kebutuhan dalam membangun aplikasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada aplikasi ini sesuai dengan metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan, selain itu juga terdapat perancangan antarmuka untuk aplikasi yang dibangun sesuai dengan hasil analisis yang telah dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini membahas implementasi dalam bahasa pemograman yaitu 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 ini membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.