BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Southerntrack merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang *clothing*. Hingga saat ini, Southerntrack adalah salah satu *brand clothing* yang cukup di perhitungkan di daerah Bandung. Tidak hanya *brand* Southerntrack saja, Southerntrack juga mempunyai beberapa *brand* seperti Hotpipe dan Peerymaker. Saat ini, Southerntrack tidak hanya menjual barangnya di tempatnya sendiri, tetapi juga mendistribusikannya ke beberapa distro yang ada di kota Bandung. Dalam pemanfaatan Sistem Informasi, Southerntrack sudah menggunakan sebuah aplikasi untuk mengolah data barang yang dimiliki dan data transaksi yang digunakan sebagai laporan kepada pihak Manager oleh bagian Admin.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Feri Irawan sebagai manager dan selaku pemilik Southerntrack, dalam hubungannya dengan *customer* Southerntrack masih sulit untuk mempertahankan konsumen yang membeli dikarenakan pangsa pasar saat ini yang cukup bersaing. Bukan hanya itu, untuk produk sendiri pelanggan masih banyak memberikan kritik terkait desainnya dan pelanggan pun terkadang mengeluh dikarenakan jarang adanya desain yang sesuai dengan keinginan pelanggannya dan desain Southerntrack itu sendiri masih mengikuti pasar yang ada di Jawa Timur yang mengakibatkan kurangnya minat pelanggan yang ada di daerah lain termasuk Bandung. Dan juga untuk media promosinya sendiri masih kurang yang mengakibatkan pelanggan hanya membeli sesekali bahkan sampai tidak membeli kembali. Permasalahan ini disebabkan belum adanya layanan promosi dan layanan penentuan produk sesuai minat pasar yang memudahkan pelanggan terhubung dengan perusahaan. Berdasarkan pernyataan di atas, permasalahan yang dihadapi oleh Southerntrack yaitu mengenai manajemen dan hubungan pelanggan dalam permasalahan promosi dan penentuan produk, yang dapat mengakibatkan mengurangnya minat pelanggan di Southerntrack sehingga berpengaruh pada penjualan dari usaha tersebut.

Customer Relationship Management (CRM) adalah infrastruktur yang memungkinkan penggambaran dari peningkatan nilai pelanggan, dan sarana yang

benar yang digunakan untuk memotivasi pelanggan yang berharga untuk tetap setia membeli lagi [1]. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi promosi dan produk untuk mempertahankan posisinya dikarenakan pangsa pasar saat ini yang cukup bersaing ketat. Oleh karena itu perlu adanya manajemen dan pengontrolan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan yang salah satunya adalah *Customer Relationship Management*.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas maka dibutuhkan sebuah Sistem Informasi *Customer Relationship Management* di Southerntrack berbasis web agar memudahkan pelanggan dalam mengakses sistem. Adapun jenis CRM yang dibangun adalah Strategis. Dengan adanya sistem ini, diharapkan dapat membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Southerntrack.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi di Southerntrack yaitu bagaimana membangun sistem yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan khususnya pelanggan yang sering membeli produk perusahaan tersebut.

1.3. Maksud dan Tujuan

Berdasarkan penelitian yang dibahas, maka maksud dari penulisan tugas akhir ini yaitu menerapkan sebuah Sistem Informasi *Customer Relationship Management* Untuk Promosi dan Penentuan Produk di Southerntrack Clothing. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membantu manager dalam mempertahankan pelanggan dengan memberikan promosi-promosi yang menarik agar mendorong pembelian ulang.
2. Membantu manager mempertahankan pelanggan dengan penentuan produk yang sesuai dengan minat pelanggan melalui kuesioner online.

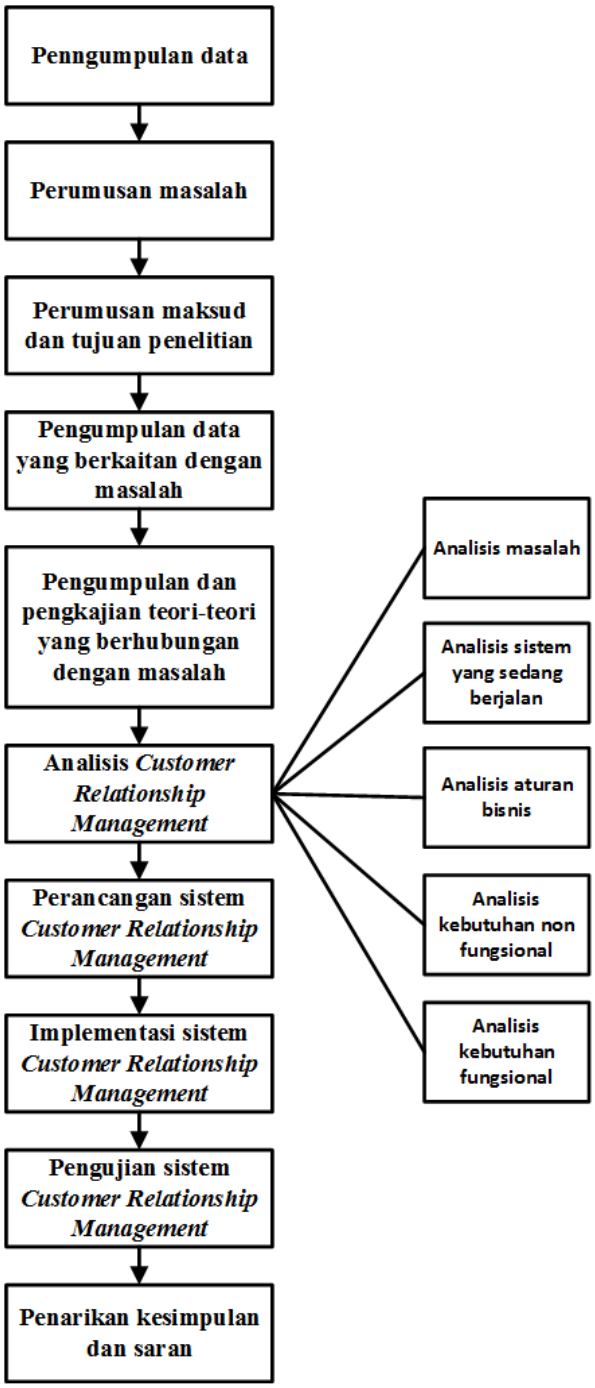
1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam membangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management* ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database yang digunakan menggunakan MySQL.
2. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).
3. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Strategis.
4. Metode promosi yang digunakan yaitu metode promosi penjualan berorientasi konsumen, sedangkan metode produk yang digunakan yaitu metode segmentasi pasar geodemografis (geografis dan demografis).

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. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian di Southerntrack 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 dalam situasi atau kejadian sekarang secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode penelitian dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Metodologi penelitian Pembangunan Sistem Informasi *Customer Relationship Management*

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang tergambar pada gambar 1.1 sebagai berikut:

1. **Pengumpulan data**

   Pada tahap awal, pengumpulan yang dimaksud adalah melakukan survei ke lapangan serta mengumpulkan data-data yang ada pada perusahaan.

2. Perumusan masalah

Pada tahap kedua, perumusan masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di Southerntrack.

3. Perumusan maksud dan tujuan penelitian

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

4. Pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah

Pada tahap keempat, pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah dilakukan secara langsung dengan mengunjungi Southerntrack yang meliputi:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung kepada owner perusahaan CV Southerntrack.

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap promosi & produk di Southerntrack.

5. Pengumpulan dan pengkajian teori-teori yang berhubungan dengan masalah

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah *Customer Relationship Management* yang dibahas dalam penelitian. Teori ini yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian.

6. Analisis sistem *Customer Relationship Management*

Pada tahap keenam, dilakukan analisis sistem *Customer Relationship Management* dimana pada tahap ini meliputi beberapa hal sebagai berikut:

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 pelanggan Southerntrack. Prosedur tersebut seperti prosedur pembelian barang, prosedur promosi barang melalui sosial media, prosedur pembuatan desain produk.

c. Analisis aturan bisnis

Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di Southerntrack.

d. Analisis kebutuhan non fungsional

Pada tahap ini, terbagi menjadi beberapa analisis yaitu:

1) Analisis kebutuhan perangkat keras

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis kebutuhan perangkat keras terhadap sistem informasi CRM di Southerntrack, apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat keras atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat keras.

2) Analisis kebutuhan perangkat lunak

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis kebutuhan perangkat lunak terhadap sistem informasi CRM di Southerntrack, 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 informasi CRM.

4) Basis data

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

e. Analisis kebutuhan fungsional

Pada tahapan ini, peneliti akan merancang sistem informasi yang akan dibangun, antara lain:

1) Diagram konteks

Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis proses yang terjadi secara umum berupa aliran informasi dari user ke Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibangun.

2) *Data Flow Diagram* (DFD)

Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis proses yang akan terjadi secara khusus berupa aliran informasi antara user, sistem informasi *Customer Relationship Management*, dan *database*.

3) Spesifikasi proses

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

4) Kamus data

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

7. Perancangan sistem *Customer Relationship Management* yang akan dibangun

Terdapat beberapa tahapan dalam perancangan ini yaitu:

a. Skema relasi

Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan *database* dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

b. Struktur tabel

Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan tabel *database* yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

c. Perancangan struktur menu

Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada Sistem Informasi CRM.

d. Perancangan antarmuka

Tahap ini, peneliti akan membuat antarmuka yang akan ada pada Sistem Informasi CRM lengkap dengan instruksi perintahnya.

e. Perancangan pesan

Tahap ini, berisi tentang tampilan pesan yang akan muncul pada halaman ketika melakukan sebuah aksi.

f. Perancangan jaringan semantik

Tahap ini, peneliti akan membuat jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antarmuka yang ada pada Sistem Informasi CRM.

g. Perancangan prosedural

Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur Sistem Informasi CRM yang akan dibangun. Adapun *tool* yang digunakan menggunakan *flowmap*.

8. Implementasi sistem *Customer Relationship Management*

Implementasi sistem 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 *Customer Relationship Management*

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau eror dalam sistem tersebut. Terdapat beberapa pengujian, yaitu:

a. Pengujian *black box*
b. Pengujian beta

10. Penarikan kesimpulan dan saran

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

1.6. 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 1 PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai CV Southerntrack dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi *Customer Relationship Management* 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 pemrograman 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.