BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV.Lumpur Mas adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *supplier* dan *retail* penjualan berbagai macam produk, seperti ATK, alat peraga pendidikan, hasil percetakan, buku pelajaran, buku novel, majalah, alat elektronik kantor dan alat kesenian. Dalam pelayanan konsumennya, Dalam hal itu CV.Lumpur Mas membedakan cara pembelian produk menjadi dua jenis, yaitu pembelian secara pemesanan dan pembelian secara langsung. Pembelian secara pemesanan biasanya dilakukan oleh instansi atau perusahaan yang memesan produk dalam jumlah yang cukup banyak, sedangkan pembelian secara langsung biasanya dilakukan untuk perseorangan.

Persaingan yang semakin ketat dari tahun ke tahun menjadikan tantangan perusahaan saat ini karena dituntut untuk dapat memberikan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dalam pelayanan perusahaan sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Berdasarkan wawancara dengan bapak Gungun Gunawan selaku manager di CV.Lumpur Mas bahwa terdapat beberapa masalah yaitu perusahaaan tidak melakukan hubungan kembali dengan pelanggan yang telah melakukan transaksi di CV.Lumpur Mas sehingga perusahaan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari pelanggan yang sama. Masalah lain yang dihadapi perusahaan adalah karena banyaknya produk yang dijual di lumpur mas maka perusahaan sulit menentukan produk yang mungkin diminati yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan perusahaan ingin pelanggan tertarik melakukan pembelian berbagai macam produk di lumpur mas tidak hanya membeli produk yang sama secara terus menerus untuk meningatkan penjualan perusahaan dikarenakan lebih dari 50% pelanggan hanya membeli produk yang sama selama tiga bulan terakhir yaitu pada bulan November 2015 - Januari 2016. Selain itu perusahaan belum memiliki sistem penanganan keluhan yang dapat membantu proses penanganan keluhan dengan cepat, karena kerap terjadi beberapa keluhan seperti buku yang beberapa halamanya hilang tidak tercetak dan pelanggan

harus mengadu dengan cara langsung mendatangi toko. Masalah terakhir yang dihadapi perusahaan adalah mengenai penyebaran informasi mengenai promo yang sedang berlaku dan produk – produk yang dijual di CV.Lumpur Mas selama ini perusahaan penyebarkan informasi tersebut menggunakan brosur sehingga informasi tidak menyebar secara luas.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka diperlukan sistem informasi yang dapat memudahkan pelanggan dalam mendapat informasi dan membantu perusahaan dalam mengelola 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 diperlukan pembangunan sistem informasi *customer relationship management* di CV.Lumpur Mas untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi di CV Lumpur Mas yaitu bagaimana Membangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang dapat mendekatkan dan penindak lanjuti hubungan dengan pelanggan setelah melakukan transaksi sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah merancang dan membuat sistem informasi *Custumer Relationship Management* (CRM) di CV.Lumpur Mas. Sedangkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu bagian pemasaran dalam menentukan rekomendasi produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan.

2. Membantu bagian pemasaran dalam menyebarkan informasi promo dan produk secara lebih luas.
3. Membantu perusahaan dalam memberikan respon secara langsung mengenai keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

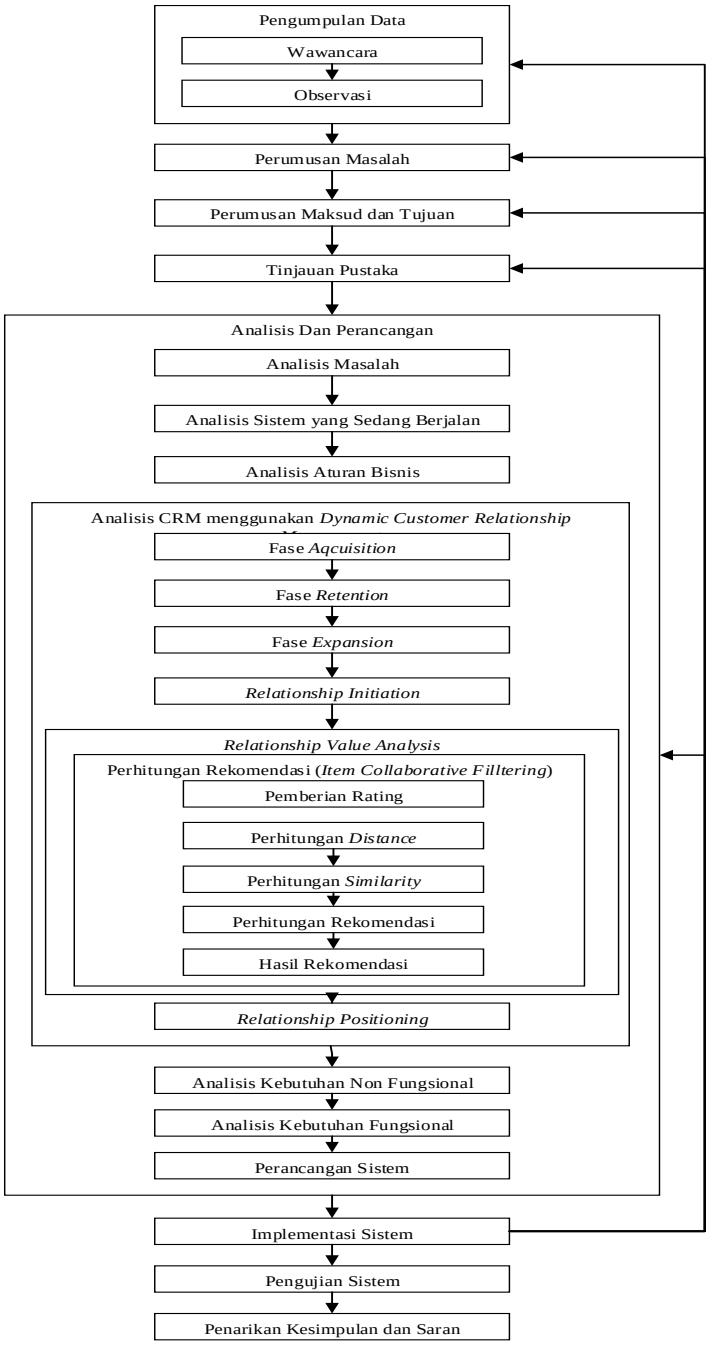
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi CRM ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang menjadi masukkan dalam sistem yang akan dibangun adalah data transaksi dan data produk.
2. Pembangunan sistem informasi *Custosmer Relationship Management* ini akan dibangun berfokus pada pengolahan rekomendasi produk, promosi, dan penanganan keluhan untuk menarik perhatian pelanggan.
3. Penentuan produk yang akan direkomendasikan menggunakan metode *Item Collaborative Filtering*
4. Proses rekomendasi produk mengasilkan sebuah produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan produk yang diminati oleh kelompok pelanggan yang mirip dengan melihat *history* transaksi pelanggan yang mirip dengan transaksi pelanggan yang akan mendapatkan rekomendasi produk.
5. Pembangunan sistem informasi *Custosmer Relationship Management* ini menggunakan SMS *Gateway* yang berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan.
6. Sistem Informasi *Custosmer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis WEB dengan menggunakan bahasa pemograman PHP dan DBMS MySql
7. Model analisis dengan menggunakan analisis terstruktur melliputi ERD dan DFD

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahapan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif untuk mendukung penelitian ini yaitu menggunakan data transaksi dan data pelanggan. Metodologi penelitian dijelaskan pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Alur Penelitian Pembangunan Sistem Informasi *CRM*

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

a. Pengumpulan data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian dilakukan secara langsung dengan mengunjungi CV.Lumpur Mas yang meliputi :

i. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan dengan pihak CV.Lumpur Mas.

ii. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap proses-proses yang berjalan di CV.Lumpur Mas.

b. Perumusan masalah

Pada tahap kedua, analisis masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di CV.Lumpur Mas.

c. Perumusan maksud dan tujuan Penelitian

Pada tahap ini dilakukan perumusan maksud dan tujuan penelitian sesuai dengan hasil rumusan masalah dimana tujuan yang telah didapatkan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang dilakukan.

d. Tinjauan Pustaka

Peneliti juga mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah customer relationship management yang dibahas dalam penelitian. Teori ini yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian.

2. Analisis Dan Perancangan.

Pada tahap ini, dilakukan analisis pembangunan sistem Customer Relationship Management sebagai berikut :

i. Analisis Masalah

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

ii. Analisis Sistem yang sedang berjalan

Analisis ini merupakan proses analisis yang berhubungan dengan prosedur-prosedur yang sedang berjalan di CV.Lumpur Mas.

iii. Analisis aturan bisnis

Analisis dilakukan untuk mengetahui aturan bisnis yang sedang berjalan di CV.Lumpur Mas.

iv. Analisis CRM menggunakan Framework Dynamic CRM

Framework ini menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan / penerapan CRM. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Relationship Phase*
    a. *Acquisition*
    b. *Retention*
    c. *Expansion*
2. *Dynamic Relationship Management*
    a. *Relationship Initiation*
    b. *Relationship Value Analysis*
        1. Perhitungan Rekomendasi Produk Menggunakan Item *Collaborative Filltering*, Untuk tahap ini penulis menggunakan metode *Item Collaborative Filtering* sehingga didapatkan data produk rekomendasi untuk pelanggan.

c. Relationship Positioning

3. *Customer Relationship Type*
   a. Of-Customer Information
   b. For-Customer Information
   c. By-Customer Information

Setelah melakukan analisis maka dilakukanlah tahap selanjutnya yaitu perancangan sistem, terdapat beberapa tahapan dalam perancangan ini yaitu :

i. Skema Relasi

Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan Database dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

ii. Struktur Tabel

Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan tabel Database yang akan dijelaskan struktur tabel nya.

iii. Perancangan Struktur Menu

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

iv. Perancangan Antar Muka

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

v. Perancangan Pesan

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

vi. Perancangan Jaringan Semantik

Tahapan ini, peneliti akan membuat jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antar muka yang ada pada Sistem Informasi CRM.

vii. Perancangan Prosedural

Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur Sistm Informasi CRM.

3. 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

4. Pengujian Sistem Customer Relationship Management.

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

a. Pengujian black box
b. Pengujian beta

5. Penarikan Kesimpulan dan Saran.

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

1.6 Sistematika Penulisan

Sistemmatika penulisan 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, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai CV.Lumpur Mas dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi Customer Relation 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 beberapa implementasi 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.