BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Putra Telanai Sriwijaya yang didirikan pada tanggal 9 Desember 2013 adalah perusahaan yang bergerak dibidang konveksi pakaian. Perusahaan yang beralamat di Jl Purwakarta, Cicalengka 7 No.32 Antapani Bandung ini, selain memproduksi model sendiri juga dapat menerima pesanan khusus dari konsumen sesuai dengan model yang diinginkannya dengan berbagai macam jenis pakaian yang dapat dibuat seperti kaos, baju dinas, kemeja, baju gamis dan jilbab. Prosedur pemesanan yang berlaku di PT. Putra Telanai Sriwijaya yaitu dengan cara pelanggan mendatangi langsung ke perusahaan atau bisa melalui email dan telepon untuk melakukan pesanan, setelah itu pesanan akan diproses sesuai dengan nomor orderan, barulah ketika selesai pihak perusahaan menghubungi pelanggan untuk memberitahu bahwa barang yang dipesan telah selesai dibuat.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan Bapak Gazalabduh selaku direktur utama PT. Putra Telanai Sriwijaya, menjelaskan bahwa pada umumnya banyaknya pelanggan / konsumen yang melakukan pemesanan adalah pengusaha distro dan *reseller* yang berada di Bandung, Aceh, Jambi dan Jakarta. Dalam menarik minat calon pelanggan biasanya PT. Putra Telanai Sriwijaya menyebarkan pamflet, mengikuti event dan mendatangi pameran merupakan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan pelanggan dan menambah jumlah konsumen.

Dari data penjualan tahun 2014 dan tahun 2015, maka secara keseluruhan terlihat adanya penurunan jumlah pembeli di tahun 2015 sebesar 8% jika dibandingkan dengan jumlah pembelian di tahun 2014 dan penurunan jumlah pelanggan yang pernah melakukan transaksi di tahun 2014 mencapai 17% ditahun 2015. Sementara pada saat yang sama dari sisi permodalan maupun kemampuan berproduksi baik secara kualitas maupun kuantitas PT. Putra Telanai Sriwijaya tidak memiliki masalah. Berdasarkan pada lampiran F-1 ditemukan bahwa pada aktivitas utama kurangnya marketing dalam melakukan pemasaran yang mengakibatkan turunnya jumlah pembeli. Dalam hubungannya dengan pelanggan,

PT. Putra Telanai Sriwijaya belum menentukan pelayanan kepada pelanggan berdasarkan jenis pelanggan untuk meningkatkan transaksi, hal ini dilihat berdasarkan keterangan petugas/CS yang menangani pelanggan, bahwa dalam melayani setiap pelanggannya petugas/CS memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama tanpa adanya pelayanan yang khusus kepada pelanggan yang sering melakukan transaksi, akibatnya beberapa pelangggan tidak melakukan transaksi kembali.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka perusahaan memandang perlu membangun *Customer Relationship Management*. Adapun jenis CRM yang akan dibangun adalah CRM Analitikal dengan *framework* yang digunakan menggunakan *Framework Of Dynamic* CRM sebagai acuan agar fitur CRM yang dibangun secara cepat dan tepat karena dengan strategi ini selain memberikan kemudahan dalam mengakses informasi yang berkaitan dengan PT. Putra Telanai Sriwijaya, juga mampu menganalisis pelanggan yang berpotensi dilihat berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan oleh pelanggan tersebut dengan melakukan segmentasi pelanggan menggunakan metode CLV untuk menghitung nilai hidup pelanggan, sehingga hubungan pelanggan kepada perusahaan secara perlahan akan tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian ini dengan judul "PENENTUAN JENIS LAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI PENDEKATAN CRM DI PT. PUTRA TELANAI SRIWIJAYA".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka masalah yang ada di PT. Putra Telanai Sriwijaya adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya marketing dalam melakukan promosi dan penyebaran informasi terkait produk dan promo yang ada di PT. Putra Telanai Sriwijaya.
2. Direktur operasional belum memperlakukan penentuan promosi berdasarkan jenis pelanggan.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) di PT. Putra Telanai Sriwijaya.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Membantu marketing dalam memudahkan proses promosi suatu produk.
2. Membantu direktur operasional dalam menentukan promosi sesuai dengan segmentasi pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah didalam pembangunan Sistem Informasi CRM ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi lebih jelas dan terarah. Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian yang digunakan bersumber dari PT. Putra Telanai Sriwijaya.
2. Data yang akan dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah Data Transaksi tahun 2014 dan tahun 2015.
3. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Analitikal.
4. Metode yang digunakan dalam Segmentasi pelanggan menggunakan analisis *Customer Lifetime Value* (CLV).
5. Framework CRM yang digunakan menggunakan *Framewok of Dynamic* CRM.
6. Proses yang dapat dilakukan didalam sistem adalah proses pengelolaan data barang, pengelolaan data produk, pengelolaan data user(pelanggan), pengolahaan data transaksi dan proses pengelolaan data pelayanan.
7. Proses keluaran yang ada pada sistem adalah proses informasi perusahaan, informasi pelanggan, informasi data produk, informasi transksi dan laporan keluhan pelanggan.
8. Sistem Informasi CRM yang akan dibuat berbasis website dengan menggunakan bahasa pemograman PHP dan database yang digunakan menggunakan MySQL.
9. Pengguna sistem dibagi menjadi 4 (Pimpinan, Direktur Operasional, Petugas/CS dan Pelanggan).

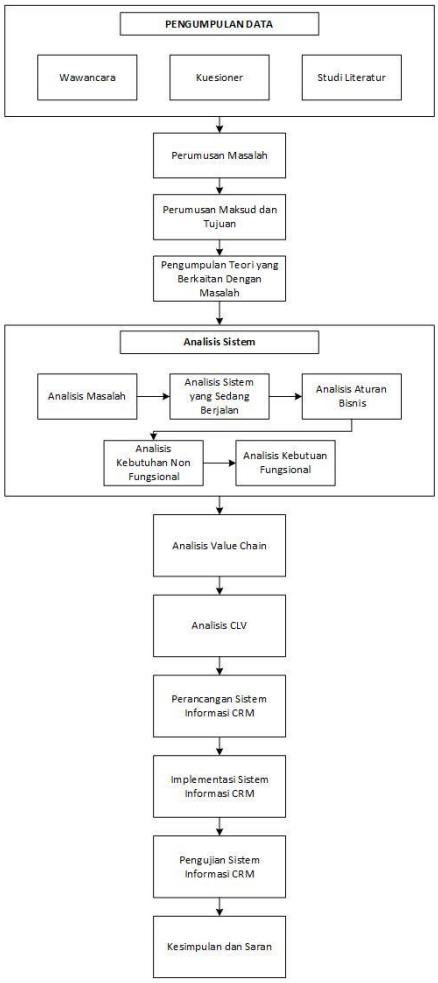
10. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur dengan DFD.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data agar mendukung terlaksananya suatu penelitian. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian pada PT. Putra Telanai Sriwijaya menggunakan metode Analisis Deskriptif dimana data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan transaksi pelanggan.

1.5.1 Alur Penelitian Pembangunan Sistem CRM

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**

   Pada tahap awal ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan survey ketempat penelitian serta mengumpulkan data-data yang diperlukan pada perusahaan tersebut, adapun metode pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik wawancara dan studi literatur.

   a. Wawancara & Kuesioner

      Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data dengan cara sesi tanya jawab secara langsung dengan salah satu pihak PT. Putra Telanai Sriwijaya. Sedangkan kuesioner ditunjukan kepada pelanggan untuk mengetahui respon terhadap sistem yang digunakan.

   b. Studi Literatur

      Studi literatur adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari sumber kepustakaan, di antaranya hasil penelitian, indeks, review, jurnal, paper, buku referensi dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan judul penelitian.

2. **Perumusan Masalah**

   Pada tahap kedua, perumusan masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di PT. Putra Telanai Sriwijaya.

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. **Pengumpulan Teori Yang Berkaitan Dengan Masalah**

   Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan teori yang berkaitan dengan masalah *customer relationship management* yang dibahas dalam penelitian. Teori ini yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian.

5. Analisis Sistem Informasi CRM

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 PT. Putra Telanai Sriwijaya. Prosedur tersebut diantaranya prosedur pemesanan dan pengembalian.

3. Analisis aturan bisnis

   Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di PT. Putra Telanai Sriwijaya 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 PT. Putra Telanai Sriwijaya, 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 PT. Putra Telanai Sriwijaya, 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 PT. Putra Telanai Sriwijaya 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 Value Chain**

    Digunakan sebagai salah satu alat untuk menganalisa kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, mengantarkan dan mendukung produk dan jasa.
7. **Analisis CLV (Customer Lifetime Value)**

    Digunakan sebagai metode perhitungan nilai hidup pelanggan yang nantinya akan dilakukan segmentasi.
8. **Perancangan Sistem Informasi CRM**

    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 peneliti 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 BPMN.

9. Implementasi Sistem Informasi 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.

10. Pengujian Sistem Informasi CRM

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 penilaian pengguna dengan melakukan wawancara & kuesioner.

11. Kesimpulan dan Saran

Tahapan ini merupakan pengambilan kesimpulan 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 tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah yang diambil, perumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas mengenai tinjauan umum mengenai PT. Putra Telanai Sriwijaya 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

Membahas mengenai 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

Membahas tentang 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

Membahas tentang kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.