BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV Marcell Group 15 disingkat MG15 adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan cuci mobil dan pengecekan/ perbaikan kendaraan bermotor terutama kendaraan mobil, MG15 sendiri berdiri pada 15 januari 2007 awalnya bergerak di bidang suplier alat – alat bengkel (Hidrolik, Kompresor, *Jet cleaner*, *Vacum cleaner* Dllnya), cuci kendaraan bermotor dan pengecekan/ perbaikan di Jl. A.H Nasution No.51 dan Jl. Raya Pacuan Kuda No.1A. Nama Marcell Group sendiri berasal dari nama anak kembar sang pendiri usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Holmes selaku asisten manajer CV Marcell Group 15, Dalam interaksi dan hubungan antara pelanggan dan perusahan sangatlah kurang dikarenakan proses bisnis yang terjadi adalah setelah pelanggan dan pihak perusahaan melakukan transaksi, tidak ada tindak lanjut yang dilakukan pihak perusahaan untuk berkomunikasi dan berhubungan dengan pelanggannya yang mengakibatkan kurangnya peluang untuk meraih keuntungan dari pelanggan yang sama dan kemungkinan pelanggan yang sebelumnya sudah lari ke pihak jasa lain, Hal ini terlihat dari data laporan pendapatan perbulan selama tahun 2015 bahwa setiap laporan pendapatan perusahaan perbulannya tidaklah memiliki kestabilan pendapatan, diketahui dalam beberapa bulan perusahaan mengalami peningkatan dari bulan sebelumnya dan terlebih seringnya pendapatan perusahaan mengalami penurunan dari bulan sebelumnya tercatat selama 1 tahun tersebut peningkatan hanya terjadi sebanyak 5 bulan dengan persentasi 5% (Rp.3.000.000) pada setiap bulannya dan penurunan terjadi sebanyak 7 bulan dengan persentasi 5% (Rp.3.000.000) pada setiap bulannya.

Marcell Group memiliki 2 bentuk anggota yaitu anggota dengan masa aktif 1 tahun dan anggota dengan masa aktif 75 hari (Paket Cuci), kurang dimaksimalkannya interaksi dengan pelanggan, informasi mengenai promosi, informasi mengenai jasa, serta data pelanggan yang ada membuat kesempatan

menjadikan seorang pelanggan menjadi anggota (anggota aktif 1 tahun atau 75 hari) sangatlah kecil dan terlihat pelanggan yang bergabung sebagai anggota hanya kurang dari 50 pelanggan dengan total data pelanggan yang pernah melakukan transaksi (baik 1 kali atau berulang) adalah lebih dari 500 pelanggan.

Kesempatan dalam mendapatkan kritik, saran dan keluhan dari para pelanggan sangat kecil disebabkan pelanggan diwajibkan datang langsung ke tempat dimana usaha berada dengan keadaan tersebut perusahaan mendapat kesulitan dalam mengembangkan bentuk usaha yang diinginkan dan dibutuhkan para pelanggan, membina hubungan lebih erat dengan para pelanggan dan kurang memilki kesempatan dalam mendapatkan pelanggan – pelanggan baru.

Perusahaan merasa membutuhkan suatu cara untuk menangani masalah – masalah tersebut, *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi pemasaran yang berorientasi membina hubungan bisnis yang menguntungkan dengan pelanggan terpilih yang dianggap menguntungkan dengan tujuan menciptakan komunitas pelanggan yang memiliki loyalitas [3].

Dengan uraian masalah sebagaimana dijelaskan sebelumnya dan pengertian dari pada CRM, didapatkan suatu kecocokan solusi untuk memecahkan masalah yang ada pada CV Marcell Group dengan 3 aspek yang sangat berkaitan erat yaitu : *Customer, Relationship, Management.*

Dengan penerapan CRM tersebut diperlukan suatu metode pengelompokan data pelanggaan yaitu metode LRFM (*Length, Recency*, *Frequency, Monetary*) dengan variabel L(*Length*) adalah interval tranksaksi awal dan akhir yang dilakukan pelanggan, R(*Recency*) adalah waktu penggunaan jasa pelanggan, F(*Frequency*) adalah berapa sering pelanggan melakukan penggunaan jasa, M(*Monetery*) adalah besar rupiah pada penggunaan jasa terakhir dan rata – rata penggunaan jasa pada jangka waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa masalah dan metode yang akan digunakan untuk menangani masalah tersebut dibutuhkanlah suatu sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap potensial pelanggan pada Marcell Group 15. Adapun CRM yang akan dibangun bersifat Analitikal CRM, Dengan dibangunnya sistem

ini diharapkan memberikan solusi untuk seluruh permasalahan (terutama yang berhubungan dengan pelanggan).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, dirumuskan sebuah masalah yaitu bagaimana membangun suatu sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada CV. Marcell Group.

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah yang terdapat pada CV Marcell Group 15 yaitu membangun dan menerapkan Sistem Informasi dengan *Customer Relationship management* (CRM), Sedangkan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

1. Membantu perusahaan dalam memilih dan mempertahan pelanggan yang memiliki potensi loyalitas (anggota) dalam penggunaan jasa sebagai salah satu cara dalam berkomunikasi dan berhubungan lebih lanjut.
2. Membangun sebuah media sistem informasi yang dapat memberikan informasi-informasi mengenai jasa, promosi, infomasi anggota dan informasi perusahaan untuk pelanggan dan data anggota, pelanggan, transaksi dan pelanggan aktif (pernah melakukan transaksi lebih dari 1 kali dalam perbulannya) untuk perusahaan.
3. Membangun sebuah media sistem informasi yang dapat menampung seluruh kritik, saran dan keluhan para pelanggan untuk kemajuan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

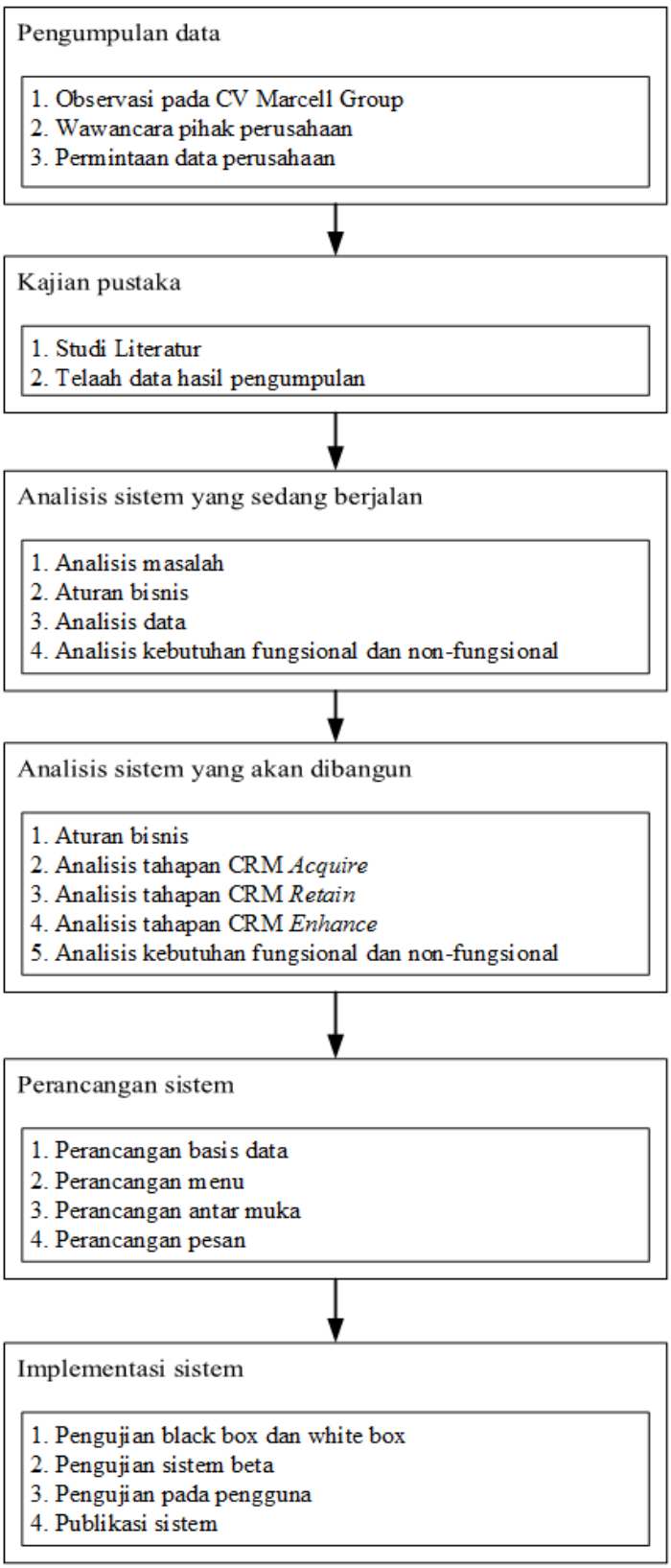
1.4 Batasan Masalah

Penelitian yang akan dilakukan perlu dibatasi masalah yang disesuaikan dengan area penelitian, agar penlitian yang akan dilakukan terarah. Adapun batasan masalah tersebut, diantaranya:

1. Sistem informasi *Customer Relationship Management* yang dibangun berbasis web dengan menggunakan bahasa PHP dan menggunakan mysql sebagai DBMS.
2. Sistem informasi yang dibuat berbasis *website*.
3. Jenis CRM yang digunakan bersifat *analytical*.
4. Metode yang digunakan dalam pengelompokan pelanggan yaitu LRFM (*Length, Recency, Frequency, Monetary*).
5. Data yang akan digunakan adalah data produk, transaksi pencucian kendaraan, dan anggota.
6. Penganalisisan data dilakukan per satu bulan (1 bulan dianalisis 1 kali)
7. Data yang akan dianalisis yang terdapat pada perusahaan pusat yaitu yang bertempat di A.H Nasution.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang akan digunakan adalah metode analisis deskriptif pada keadaan awal tempat penelitian dan data – data yang sudah didapatkan berupa data produk, transaksi pencucian kedaraan dan anggota.



Gambar 1.1 Alur Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data diperoleh secara langsung dari tempat penelitian. Tahapan pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Studi literatur

   Studi ini dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai literatur-literatur dari perpustakaan yang bersumber dari buku-buku, teks, dan bacaan-bacaan yang ada kaitannya dengan topik penelitian.

2. Studi lapangan

   Studi ini dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang akan diteliti dan pengumpulan data dilakukan secara langsung, dengan cara :

   a. Wawancara

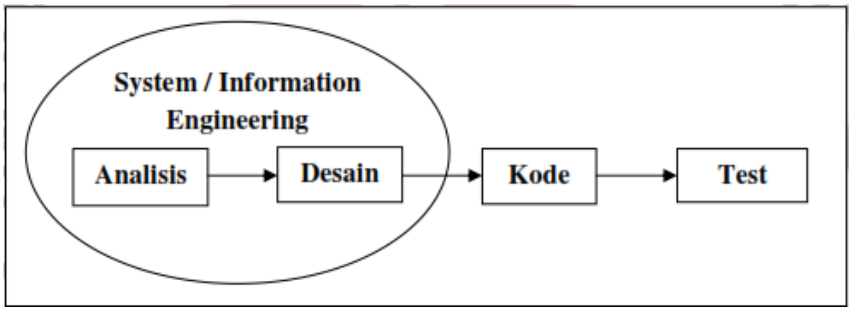
      Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data dengan cara sesi tanya jawab secara langsung dengan pihak instansi terkait dengan penelitian.

   b. Observasi

      Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dengan pihak instansi terkait dengan penelitian, metode pengumpulan data diperoleh secara langsung dari objek penelitian.

1.5.2 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Metode model *waterfall* atau disebut juga metode model sekuensial linier adalah sebuah model yang mengusulkan sebuah pendekatan pada perkembangan perangkat lunak yang sistematik dan sekuensial dengan memulai pada tingkat dan kemajuan sistem melalusi proses analisis, desain, pengkodean, pengujian dan pemeliharaan/ perawatan. Berikut gambaran model sekuensial linier :



Gambar 1.2 Metode *Waterfall*

Secara garis besar metode *waterfall* mempunyai langkah-langkah sebagai berikut :

1. Analisis kebutuhan *software*

   Suatu proses pengumpulan permintaan yang diintensifkan dan difokuskan pada perangkat lunak. Untuk memahami sifat program yang akan dibangun, Seorang analis perangkat lunak harus memahami domain informasi, tingkah laku, kinerja, dan antarmuka yang diperlukan. Persyaratan tersebut dibutuhan baik untuk sistem maupun *software* didokumentasikan dan dikaji kembali dengan pelanggan.

2. Desain

   Desain perangkat lunak sesungguhnya adalah proses multi kerja sebuah program yang berfokus pada empat buah atribut yang berbeda struktur data, arsitektur *software*, representasi *interface*, dan detail (algoritma) prosedural.

   Proses desain menterjemahkan syarat/ kebutuhan ke dalam sebuah representasi perangkat lunak yang dapat diperkirakan demi kualitas sebelum dimulainya pembuatan kode. Sebagaimana persyaratan, desain didokumentasikan dan menjadi bagian dari konfigurasi perangkat lunak.

3. Pengkodean

   Pada tahapan Desain sudah didapatkan kebutuhan suatu perangkat lunak, pengkodean harus menterjemahkan kedalam bentuk mesin yang bisa dibaca. Langkah pembuatan kode melakukan tugas ini. Jika desain dilakukan dengan cara yang rinci, pembuatan kode dapat diselesaikan secara mekanis.

4. Pengujian

   Setelah pengkodean selesai, pengujian perangkat lunak akan dimulai. Proses pengujian berfokus pada logika internal *software*, memastikan bahwa semua pernyataan sudah diuji, dan pada eksternal fungsional, yaitu mengarahkan pengujian untuk menemukan kesalahan-kesalahan dan memastikan bahwa input yang dibatasi akan memberikan hasil aktual yang sesuai dengan hasil yang dibutuhkan.

5. Pemeliharaan

   Dalam kurun waktu tertentu perangkat lunak akan dipastikan mengalami perubahan setelah disampaikan kepada pelanggan (pengecualian yang mungkin adalah pada beberapa *software* yang dilekatkan/ditanam). Perubahan akan terjadi karena kesalahan-kesalahan ditemukan, karena perangkat lunak harus disesuaikan untuk mengakomodasi perubahan-perubahan di dalam lingkungan eksternalnya (seperti pada perubahan yang dibutuhkan sebagai akibat dari perangkat peripheral atau sistem operasi yang baru), atau karena pelanggan membutuhkan perkembangan fungsional atau unjuk kerja. Pemeliharaan *software* mengaplikasikan lagi setiap fase program sebelumnya dan tidak membuat yang baru lagi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud dan Tujuan, Batasan Masalah, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang profil CV MARCELL GROUP 15 yang memaparkan Sejarah Instansi, Logo Instansi, Visi Misi Perusahaan, Badan Hukum, Struktur Organisasi dan Job Description tempat praktikan

melakukan penelitian dan Landasan Teori yang berhubungan dengan *Customer Relationship Management* serta teori – teori pendukungnya.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini membahas tentang analisis sitem dan perancangan sistem yang untuk aplikasi yang dibangun.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini membahas implementasi kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak, implementasi basis data, implementasi antarmuka dan tahap-tahap dalam melakukan pengujian perangkat lunak.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

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