BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peci M.Iming adalah perusahan yang bergerak di bidang konveksi, khususnya pembuatan peci (kopeah), perusahan ini telah berdiri sejak tahun 1918 dan memiliki empat cabang yang seluruhnya bertempat di kota Bandung, yaitu "Butik M. Iming" di Jl. Reog No 3C Turangga, "Toko Peci M. Iming" di Jl. PH. Hasan Mustapa (Jl. Suci) No 51, "Perusahaan Peci M. Iming" di Jl. Pelajar Pejuang 45 No 40, dan rumah produksi yang bertempat di Kopo Sayati. Perusahaan ini memproduksi peci dengan berbagai macam seri, hingga kini sudah ada 8 seri peci yang dibuat, yaitu peci seri A, AK, peci seri B, BK, BAC, peci seri K, KS, dan KAC . Dalam pemasarannya pun telah memliki agen yang berada di beberapa daerah di Indonesia seperti Majalengka, Tasikmalaya, Cianjur, Garut, Ciamis, Sumedang dan Banten. Peci M.Iming memiliki dua jenis pelanggan, yaitu pelanggan perseorangan, dan pelanggan berupa toko atau biasa disebut dengan agen.

Berdasarkan wawancara dengan Yuliani selaku Pemilik / Direktur Utama perusahaan Peci M.Iming, ada beberapa permasalahan yang dialami perusahaan, salah satunya dalam melakukan upaya perluasan pemasarannya, perusahaan Peci M.Iming selama ini hanya menggunakan informasi melalui media internet seperti blog, toko online, dari mulut ke mulut, serta iklan berupa pamflet untuk menarik konsumennya, akan tetapi perusahaan kurang memperhatikan potensi pangsa pasarnya ditiap daerah, akibatnya bagian pemasaran Peci M.Iming merasa kesulitan ketika akan menetukan daerah pemasaran yang harus diprioritaskan karena tidak mengetahui daerah yang memiliki pangsa pasar tinggi. Sehingga perlu dilakukan penelitian terhadap pangsa pasar Peci M.Iming ditiap daerah, agar pemasaran bisa lebih tepat sasaran dan membantu meningkatkan omzet perusahaan.

Didalam melakukan pengembangan terhadap produk - produknya, selama ini perusahaan Peci M.Iming hanya berpatokan pada internal perusahaan saja, tanpa mempertimbangkan faktor - faktor keinginan pelanggannya. Akibatnya menurut laporan berupa data penjualan pada bulan Mei hingga Juli tahun 2016, sempat

terjadi ketimpangan terhadap permintaan beberapa jenis produk yang ada, terutama pada produk seri KAC yang kurang laku dipasaran, sehingga jika dibiarkan secara terus menerus hal ini akan berpengaruh pada omzet perusahaan karena kegiatan produksi tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Oleh sebab itu perusahaan perlu melakukan pengembangan terhadap produk peci yang kurang laku, dalam hal ini adalah peci seri KAC agar dapat kembali laku dipasaran.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. Melalui penerapan CRM, pada kasus ini perusahaan diharapkan dapat mengidentifikasi daerah yang memiliki pelanggan potensial dengan melakukan analisis pangsa pasar, perusahaan juga diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para pelanggannya sehingga dalam pengembangan suatu produk, perusahaan dapat mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan pelangganya agar dapat meningkatkan kembali penjualan terhadap produk - produknya.

Maka dengan memperhatikan dan mempertimbangkan permaslahan – permaslahan yang dihadapi oleh Peci M.Iming, Maka penulis tertarik untuk membahas *Customer Relationship Management* dalam skripsi dengan judul "**Penentuan Daerah Pemasaran Menggunakan Analisis Pangsa Pasar dan Pengembangan Produk Berdasarkan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Peci M.Iming dengan Pendekatan Costumer Relationship Management**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permaslahan yang terjadi di Peci M.Iming yaitu bagaimana membangun sistem yang dapat membantu menentukan daerah pemasaran yang memiliki potensi pangsa pasar tinggi dan membantu dalam menentukan pengembangan produk sesuai kepuasan pelanggannya.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data sebagai bahan penunjang untuk menemukan cara yang tepat dalam merancang

suatu sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) di lingkungan kerja Peci M.Iming. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu bagian Manajer Marketing perusahaan Peci M.Iming dalam menentukan potensi pangsa pasar tiap daerah untuk perluasan pemasaran produknya.
2. Membantu bagian Manajer Produksi perusahaan Peci M.Iming dalam menentukan rekomendasi untuk pengembangan produk yang tidak laku agar sesuai dengan kepuasan pelanggannya.

1.4 Batasan Masalah

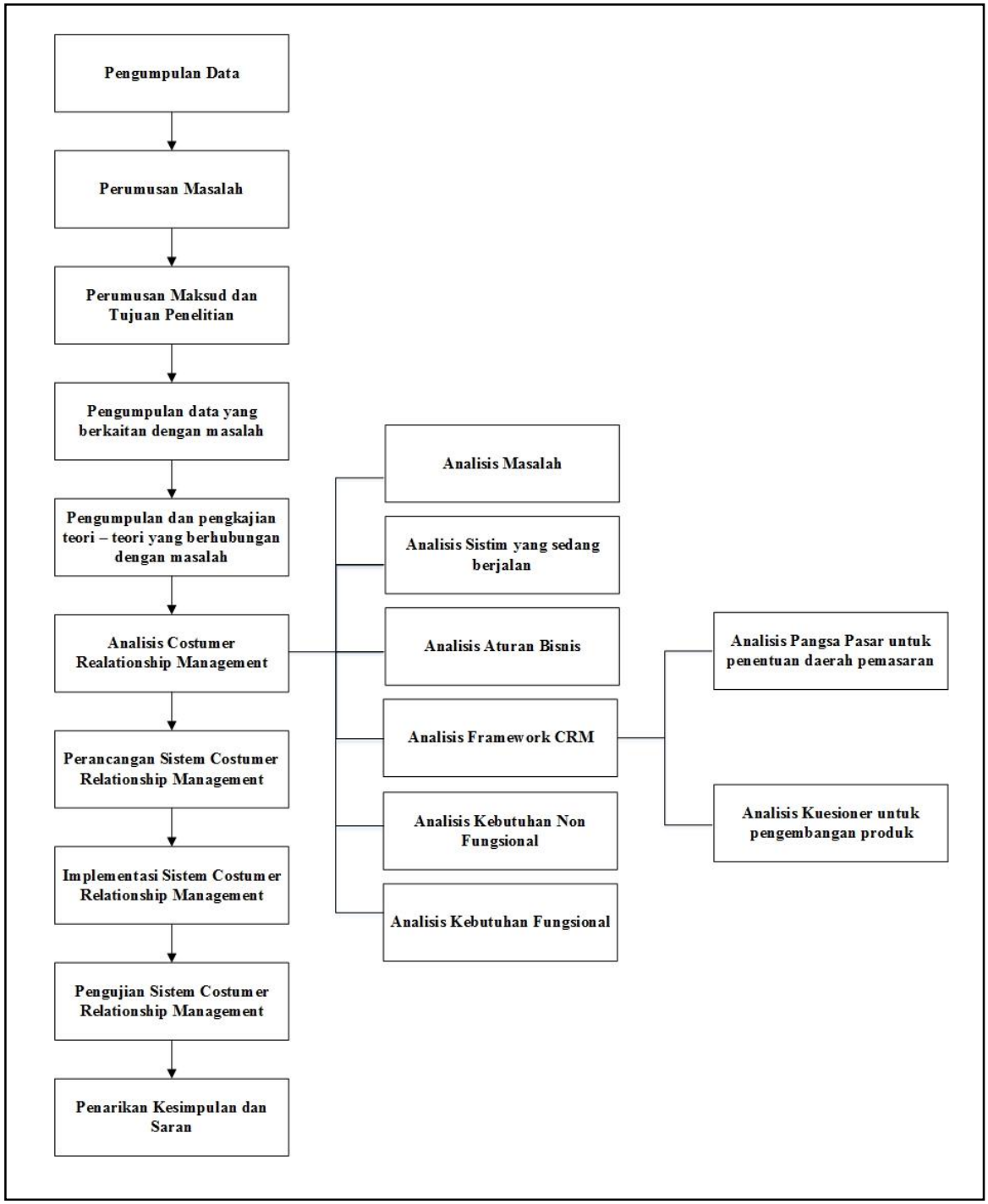
Adapun batasan-batasan masalah di dalam penelitian ini meliputi :

1. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemograman PHP dan DBMS menggunakan MySQL.
2. Model proses yang digunakan adalah *structured programming.*
3. CRM yang dibangun adalah CRM jenis Strategis.
4. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM.
5. Analisis pangsa pasar hanya berdasarkan indikator pada nilai pelanggan yaitu jenis kelamin, usia, agama, menggunakan Segmentasi pasar geodemografis (geografis dan demografis) di kabupaten dan kota yang ada di Jawa Barat.
6. Pengembangan Produk hanya sampai tahap rekomendasi pengembangan produk yang kurang laku yaitu peci seri KAC, berdasarakan kuesioner online.
7. Pengumpulan data penduduk di tiap wilayahnya berdasarkan BPS
8. Tampilan pada peta menggunakan google API

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, dimana memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menggambarkan fakta-fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian

sekarang secara sistematis, faktual dan akurat. Metode penelitian ini memiliki dua tahapan, yaitu tahap pengumpulan data dan tahap pembangunan perangkat lunak**.**



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 Perusahaan Peci M.Iming.

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 Perusahaan Peci M.Iming. yang meliputi:

   a. Wawancara

      Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung kepada Pemilik / Direktur Utama Perusahaan Peci M.Iming.

   b. Observasi

      Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap produk dan pelanggan di Perusahaan Peci M.Iming.

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 Perusahaan Peci M.Iming.

c. Analisis aturan bisnis

   Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di Perusahaan Peci M.Iming.

d. Analisis Framework CRM

   Analisis Framework CRM yang dimaksud merupakan Framework CRM yang akan dianalisis pada saat pembangunan sistem informasi di Perusahaan Peci M.Iming.

e. 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 Perusahaan Peci M.Iming, 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 Perusahaan Peci M.Iming, 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).

f. 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.

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

Bab ini membahas uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai tinjauan umum tentang profil perusahaan PECI M. IMING, dan pembahasan teori - teori mengenai Sistem Informasi *Customer Relation Management* dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang pembahasan tentang analisis dan perancangan dari sistem yang akan dibangun sesuai dengan 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 diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.