BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Formen yang berdiri tahun 2004 merupakan suatu usaha milik perorangan dari pemilik The Big Price Cut Group yang bergerak di bidang FO (Factory Outlet) dan menjual busana-busana khusus pria. Perusahaan yang bertempat di Jl. Ir. H.Djuanda No.14 Bandung ini menjual banyak jenis pakaian pria seperti pakaian kasual, formal ataupun T-shirt dan lain lain.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan ibu Hasdini Meidiawaty selaku HRD di kantor pusat The Big Price Group & bapak Budi selaku supervisor di Formen, menjelaskan bahwa pada umumnya pelanggan yang sering melakukan pemesanan adalah reseller dan turis baik lokal maupun dari luar negeri. Prosedur pemesanan yang berlaku di perusahaan yaitu dengan cara pelanggan mendatangi langsung ke perusahaan dan memilih barang yang cocok lalu melakukan pembayaran di kasir. Dalam menarik minat calon pelanggan biasanya Formen melakukan kerja sama dengan agen travel, hotel & tour guide dengan cara membagikan pamflet dan voucher untuk meningkatkan pelanggan dan menambah jumlah konsumen dan menggunakan sistem *member* untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan lama. *Member* adalah pelanggan yang telah mendaftar sebagai anggota kepada perusahaan yang nantinya mendapatkan kartu member dari perusahaan dan diskon member setiap transaksi membawa kartu member. Perusahaan juga mencoba menarik pelanggan berpotensi yang sering datang dengan pamflet.

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan memberikan keuntungan bagi beberapa konsumen dalam transaksi yang dilakukan yaitu dengan memberikan diskon *member* pada pelanggan yang sudah terdaftar sebagai *member* saat transaksi dan berbelanja diatas Rp. 200.000. Cara pelanggan mendaftar menjadi *member* itu sendiri bisa dilakukan hanya dengan membayar biaya pendaftaran Rp. 100.000 dan memberikan fotokopi identitas kepada kasir.

Walaupun sudah diterapkan sistem membering tetapi dilihat dari rangkuman data transaksi di lampiran D yang ada dari bulan juli sampai desember 2015 terlihat jumlah transaksi terus mengalami penurunan mulai dari bulan september sampai desember dengan angka penurunan paling besar mencapai 3% di bulan November ke Desember sementara stok barang, variasi produk dan kualitas tidak memiliki masalah.

Dalam masalah kritik dan saran juga Formen belum memiliki perantara khusus jadi jika ada yang memiliki kritik atau saran harus menghubungi pemilik di kantor pusat melalui SMS tanpa lewat perusahaan. Dalam hubungannya dengan pelanggan, Formen belum menentukan pelayanan kepada pelanggan berdasarkan jenis pelanggan untuk meningkatkan transaksi, hal ini dilihat berdasarkan keterangan dari wawancara singkat kepada karyawan bagian SPG yang menangani pelanggan, bahwa dalam melayani setiap pelanggannya, karyawan memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama tanpa adanya pelayanan yang khusus kepada pelanggan yang sering melakukan transaksi. Perusahaan juga menerapkan metode bagi rata untuk semua *member* jadi setiap *member* mendapatkan bonus yang sama baik itu *member* baru ataupun lama tidak peduli berapapun jumlah transaksinya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perusahaan memandang perlu membangun suatu sistem untuk pendekatan dengan pelanggan sehingga sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) dipilih untuk menangani permasalahan ini. Adapun jenis CRM yang dibangun adalah CRM Analitikal karena berfokus pada pengambilan keputusan oleh supervisor dari data yang ada di database dengan framework yang digunakan adalah *Dynamic Framework* CRM sebagai acuan dan juga melakukan segmentasi atau pengelompokkan pelanggan menggunakan metode CLV karena perusahaan memperhitungkan jumlah pelanggan yang berpotensial itu dengan cara melihat jumlah transaksi yang terbanyak bukan jumlah pelanggan yang sering datang dengan nominal yang sedikit, sehingga hubungan pelanggan kepada perusahaan bisa tumbuh berkembang. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian ini dengan judul **“PEMBERIAN REWARD BERDASARKAN PENGELOMPOKAN**

PELANGGAN DI FORMEN GALERI LELAKI BANDUNG MELALUI PENDEKATAN CRM"

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah pada Formen Galeri Lelaki Bandung adalah sebagai berikut:

1. Supervisor belum memiliki sistem informasi terkait pelanggan untuk membantu dalam mengurus data dan pengambilan keputusan untuk pelanggan.
2. Supervisor belum melakukan penentuan perlakuan khusus yang diberikan untuk tiap pelanggan berdasarkan jenis pelanggan.
3. Formen belum memiliki media khusus untuk mengelola kritik & saran.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian adalah untuk Membangun Customer Relationship Management (CRM) pada Formen Galeri Le'Laki Bandung.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Membantu Supervisor membuat pengelompokkan jenis perlakuan khusus yang akan diberikan kepada pelanggan berdasarkan hasil segmentasi pelanggan.
2. Membantu Supervisor dengan membuat media untuk penyampaian kritik dan saran pelanggan kepada perusahaan secara langsung.

1.4. Batasan Masalah

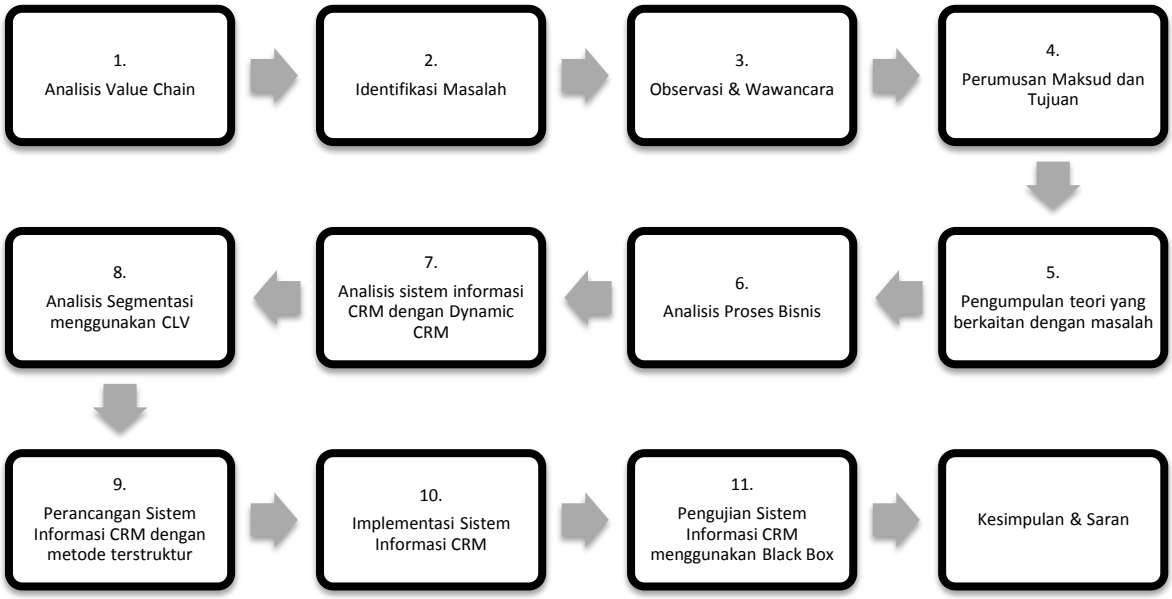
Adapun batasan masalah dalam pembangunan sistem informasi CRM ini sehingga ruang lingkup permasalahan jadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis web desktop dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *Database* yang digunakan menggunakan *MySQL*.
2. Model analisis perancangan sistem yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah *ERD (Entity Relationship Diagram).*

3. Data yang akan dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah Data Transaksi bulan juli – desember 2015 dan pelanggan yang menjadi fokus penelitian adalah pelanggan Member.
4. Jenis *CRM* yang akan dibangun menggunakan pendekatan *CRM Analitikal.*
5. Metode yang digunakan dalam Segmentasi pelanggan menggunakan Analisis Customer Lifetime Value (CLV).
6. Framework CRM yang digunakan menggunakan *Dynamic CRM*.
7. Pengguna sistem dibagi menjadi 3 yaitu Supervisor, Kasir dan Pelanggan.

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 Formen Galeri Le'Laki Bandung ini menggunakan metode analisis deskriptif dimana data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan transaksi pelanggan. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menggambarkan fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian sekarang secara sistematis, faktual dan akurat. Alur Penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1



Gambar 1.1 Alur Penelitian

1. **Analisis Value Chain**

   Digunakan sebagai salah satu alat untuk menganalisa kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk merancang, memproduksi, memasarkan, mengantarkan dan mendukung produk dan jasa.

2. **Identifikasi Masalah**

   Pada tahap ini adalah melakukan identifikasi permasalahan yang ada dengan cara survey langsung ke lokasi perusahaan dan melakukan wawancara kepada supervisor untuk meneliti secara langsung permasalahan yang terjadi di Formen Galeri Lelaki Bandung.

3. **Wawancara & Observasi**

   Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data secara langsung dengan melakukan survey atau kunjungan ke Formen Galeri Lelaki Bandung yang meliputi:

   a. Wawancara

      Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data dengan cara sesi tanya jawab secara langsung dengan salah satu pihak Formen Galeri Lelaki Bandung

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap proses penanganan pelanggan Formen Galeri Lelaki Bandung.

4. Perumusan Maksud dan Tujuan

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.

5. Pengumpulan teori yang berkaitan dengan masalah

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

6. Analisis Proses Bisnis

Analisis yang dimaksud merukapan proses analisis yang berhubungan dengan transaksi pelanggan yang terjadi di Formen Galeri Lelaki. Prosedur tersebut diantaranya prosedur transaksi jual beli & prosedur mendaftar member.

7. Analisis Sistem Informasi CRM menggunakan Dynamic CRM

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap sistem informasi Customer Relationship Management dimana pada tahap ini meliputi beberapa hal sebagai berikut:

1. 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 Formen Galeri Lelaki, 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 linak terhadap sistem informasi CRM di Formen Galeri Lelaki, 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 Formen Galeri Lelaki yang berperan dalam penggunaan sistem informasi CRM.

2. 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 Managemeent dan *Database*.

d. Spesifikasi Proses

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis spesifikasi setiap proses dari DFD dalam bentuk tabel.

e. Kamus Data

Pada tahapan ini, peneliti akan menganalisis setiap tabel beserta spesifikasinya dari *Database* dalam bentuk tabel.

8. **Analisis Segmentasi menggunakan CLV *(Customer Lifetime Value)***

   Digunakan sebagai metode perhitungan nilai hidup pelanggan yang nantinya akan dilakukan segmentasi.

9. **Perancangan Sistem Informasi CRM dengan metode terstruktur**

   Pada tahap perancangan sistem informasi CRM, peneliti akan merancang sistem informasi yang akan dibangun antara lain:

   a. Diagram Relasi

      Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan *database* dimana setiap tabelnya akan direlasikan

   b. Struktur Tabel

      Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan tabel *database* yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

   c. Perancangan Struktur Menu

      Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada sistem informasi CRM yang akan dibangun.

   d. Perancangan Antar Muka

      Pada tahap ini peneliti akan membuat antar muka yang akan ada pada sistem informasi CRM lengkap dengan instruksi perintahnya.

   e. 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.

   f. Perancangan Prosedural

      Pada tahap ini peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur sistem informasi CRM yang akan dibangun. Adapun tool yang digunakan menggunakan BPMN.

10. **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.

11. Pengujian Sistem Informasi CRM menggunakan *Black Box*

Pengujian sistem dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah di bangun dan mengetahui bila terdapat kesalahan atau error dalam sistem tersebut. Pengujian yang digunakan adalah Pengujian *black box* dan kuisioner.

12. 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 Formen Galeri Lelaki Bandung 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 menggunakan Value Chain, Analisis CRM menggunakan framework Dynamic CRM, Segmentasi Pelanggan menggunakan CLV, 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.