BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV. Blitzspot adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan layanan internet (*internet service provider*), yang berkantor pusat di Komplek Padasuka Indah Ruko Blok A-1, Cimahi, Jawa Barat. Perusahaan yang berdiri sejak tahun 2009 ini, mempunyai total staff 9 orang dan terbagi menjadi 5 bagian. Bagian-bagian pada CV. Blitzspot yaitu Network Teknisi, Network Operation Control (NOC), Admin/Finance/Accounting, Komisaris, dan Direktur Utama.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Bapak Muhammad Adra sebagai Direktur Utama CV. Blitzpot dan juga hasil observasi terhadap data transaksi, pada tahun 2014 CV. Blitzspot mempunyai 123 konsumen yang terfokus di daerah Cimahi dan sekitarnya. Akan tetapi, tiap tahunnya jumlah konsumen yang melakukan transaksi semakin berkurang. Pada tahun 2015, jumlah konsumen yang sudah mulai melakukan transaksi pada tahun 2014, berkurang menjadi 93 konsumen. Pada bulan Juni Tahun 2016, dari 93 konsumen hanya menyisakan 75 konsumen saja yang masih menjadi pelanggan di CV. Blitzspot, hal ini didukung berdasarkan statistik perbandingan konsumen dari tahun 2014 sampai dengan Juni 2016.

Menurut Bapak Muhammad Adra selaku Direktur Utama CV. Blitzspot, alasan utama konsumen berhenti menggunakan jasa CV. Blitzspot yaitu banyaknya konsumen yang lebih memilih pindah ke pesaing CV. Blitzspot lainnya, hal ini dikarenakan, para konsumen tersebut sering membandingkan layanan-layanan yang ditawarkan oleh para pesaing CV. Blitzspot. CV Blitzspot saat ini memiliki layanan yang terbatas untuk para konsumen yang sudah menjadi pelanggan CV. Bltzspot. Layanan tersebut yaitu sebatas pelayanan keluhan gangguan internet lewat SMS atau Telepon saja.

Direktur Utama CV. Blitzspot mengaku kesulitan dalam menganalisis daya saing untuk menentukan layanan-layanan apa saja yang akan diberikan kepada pelanggan dan menentukan strategi untuk mempertahankan pelanggan yang berpotensi menjadi pelanggan setia CV. Blitzspot ataupun mempertahankan pelanggan setia CV. Blitzspot agar tidak pindah ke pesaing CV. Blitzspot lainnya (Pelanggan adalah orang yang sudah pernah bertransaksi dan masih berlangganan dengan CV. Blitzspot), hal ini dikarenakan jumlah konsumen baru dan total konsumen CV. Blitzspot yang tiap tahunnya selalu bertambah, mengakibatkan Direktur Utama sulit untuk menentukan karakteristik tiap konsumennya (Konsumen adalah orang yang sudah pernah bertransaksi, tetapi sudah berhenti berlangganan dengan CV. Blitzspot). Bila permasalahan tersebut belum teratasi, konsumen yang memiliki potensi untuk menjadi pelanggan setia CV. Blitzspot atau konsumen yang sudah menjadi pelanggan setia CV. Blitzspot, akan menurun tiap tahunnya dan akan selalu berpindah ke pesaing CV. Blitzspot.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan suatu Analisis Daya Saing untuk meningkatkan Kualitas Layanan terhadap Pelanggan dengan pendekatan CRM di CV. Blitzspot berbasis web untuk menjadi pembina dan pengontrol hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Jenis CRM yang digunakan adalah CRM analitikal. Diharapkan dengan adanya analisis daya saing ini, dapat membantu menyelesaikan permasalahan terhadap pelanggan yang terjadi di CV. Blitzspot.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka permasalahan yang terjadi di CV. Blitzspot adalah Bagaimana cara membantu Direktur Utama CV. Blitzspot dalam menganalisis daya saing untuk menentukan layanan-layanan yang akan diberikan kepada pelanggan agar pelanggan tersebut tidak pindah ke pesaing CV. Blitzspot dan menentukan strategi untuk mempertahankan konsumen yang berpotensi sebagai pelanggan setia CV. Blitzspot ataupun mempertahankan pelanggan setia CV. Blitzspot.

1.3 Maksud Dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari penelitian Analisis Daya Saing untuk Meningkatkan Kualitas Layanan terhadap Pelanggan dengan Pendekatan CRM di CV. Blitzspot ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan pada latar belakang, maksud dari penelitian ini yaitu menganalisis daya saing untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan dengan pendekatan CRM di CV. Blitzspot

1.3.2 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

1. Membantu Direktur Utama CV. Blitzspot dalam menganalisis daya saing untuk menentukan layanan-layanan yang akan diberikan kepada pelanggan CV. Blitzspot agar pelanggan tersebut tidak pindah ke pesaing CV. Blitzspot dengan menggunakan Analisis Berlian Porter.
2. Membantu CV. Blitzspot untuk menentukan strategi dalam mempertahankan konsumen yang memiliki potensi untuk menjadi pelanggan setia CV. Blitzspot dan mempertahankan pelanggan setia CV. Blitzspot.
3. Memudahkan konsumen atau pelanggan untuk mengetahui informasi seputar layanan-layanan baru yang akan diberikan oleh CV. Blitzspot.

1.4 Batasan Masalah

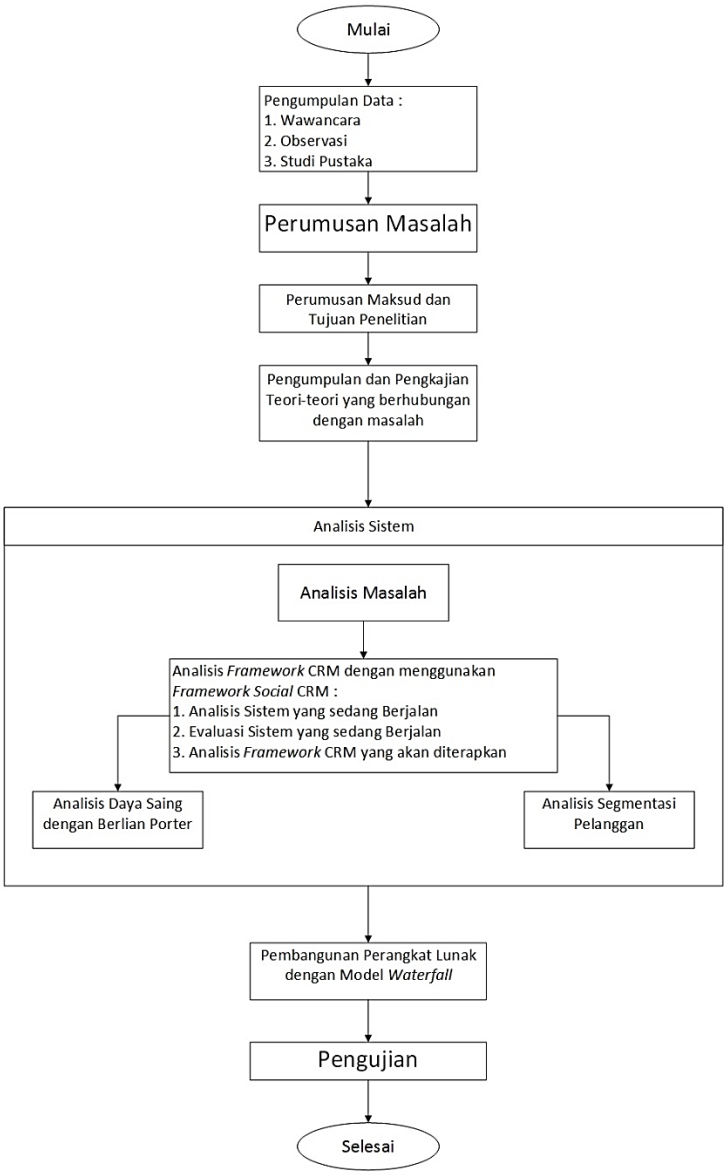
Adapun Batasan masalah dalam menganalisis daya saing untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan dengan pendekatan CRM di CV. Blitzspot ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah Data Pesaing daerah Cimahi, Data transaksi klien tahun 2014 sampai Juni 2016 dan data klien.

2. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan Pendeketan CRM Analitikal.
3. *Framework* CRM yang digunakan adalah *Social* CRM.
4. Metode Analisis Daya Saing yang digunakan adalah Analisis Berlian Porter.
5. Metode yang digunakan dalam pengelompokkan pelanggan yaiu LRFM (*Length Recency Frequency Monetary*).
6. Model analisis yang digunakan adalah model analisis terstruktur.
7. Konsumen adalah orang yang sudah bertransaksi di CV. Blitzspot, tetapi dia sekarang sudah berhenti berlangganan menggunakan layanan internet CV. Blitzspot.
8. Pelanggan adalah orang yang sudah bertransaksi dan masih berlangganan di CV. Blitzspot.
9. Analisis Daya Saing untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan dengan pendekatan CRM di CV. Blitzspot yang akan dibuat berbasis web dengan menggunakan bahasa pemograman PHP dan Database yang digunakan adalah MySQL.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian merupakan suatu proses tahapan yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian. Metodologi Penelitian pada Analisis Daya Saing untuk Meningkatkan Kualitas Layanan terhadap Pelanggan dengan pendekatan CRM di CV. Blitzspot, terdapat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Metodologi Penelitian

1. Pengumpulan Data

   Pada tahapan ini, Pengumpulan data di CV. Blitzspot dilakukan dengan cara:

   a. Wawancara

      Wawancara adalah pengamatan dengan cara diskusi secara langsung dengan pemilik dan staff di CV. Blitzspot. Hal ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan – permasalahan yang ada di perusahaan tersebut.

   b. Observasi

      Observasi adalah pengamatan dengan cara mengumpulkan data – data dengan cara peninjauan langsung ke CV. Blitzspot.

   c. Studi Pustaka

      Studi Pustaka adalah pengumpulan data dengan cara mengumpulkan referensi – referensi yang diperoleh dari sumber bacaan berupa dokumen tertulis maupun elektronik, seperti literatur, jurnal, *paper*, buku, dan hal – hal lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

2. Perumusan Masalah

   Pada tahapan ini, Berdasarkan hasil pengumpulan data, dilakukan pengkajian masalah – masalah yang ada di perusahaan CV. Blitzspot.

3. Perumusan Maksud dan Tujuan Penelitian

   Pada tahapan ini, dilakukan perumusan maksud dan tujuan penelitian berdasarkan perumusan masalah.

4. Perumusan dan Pengkajian teori-teori yang berhubungan dengan masalah

   Pada tahapan ini, peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian. Teori-teori ini nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitianl.

5. Analisis Sistem

   Pada tahapan ini, dilakukan Analisis Sistem untuk memahami sistem atau aplikasi yang sedang berjalan maupun yang akan dibuat.

6. Analisis Masalah

Pada tahapan ini, dilakukan pemberian sebuah asumsi dari masalah yang akan diuraikan dalam prosedur.

7. Analisis *Framework* CRM dengan menggunakan *Framework Social* CRM

   Pada tahapan ini, dilakukan Analisis *Framework* CRM dengan menggunakan *Framework Social* CRM, dimana didalamnya terdapat 3 tahapan yang akan dilakukan, yaitu:

   a. Analisis Sistem yang sedang berjalan
   b. Evaluasi Sistem yang sedang berjalan
   c. Analisis *Framework* CRM yang akan diterapkan

8. Analisis Daya Saing dengan Berlian Porter

   Pada tahapan ini, dilakukan Analisis Daya Saing untuk menentukan tingkat daya saing CV. Blitzspot terhadap para pesaingnya. Metode Analisis Daya Saing yang digunakan yaitu Metode Berlian Porter.

9. Analisis Segmentasi Pelanggan

   Pada tahapan ini, dilakukan Analisis Segmentasi Pelanggan untuk membentuk kelompok – kelompok konsumen atau pelanggan yang memiliki karakteristik yang sama. Metode Analisis Segmentasi Pelanggan yang digunakan yaitu Metode LRFM.

10. Pembangunan perangkat lunak dengan Model *Waterfall*

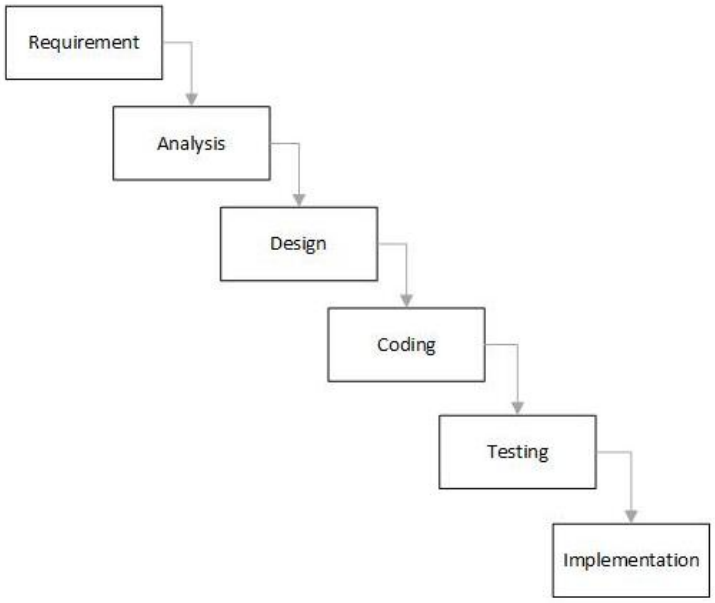
    Pada tahapan ini, dilakukan pembangunan perangkat lunak dengan menggunakan Model *Waterfall*.

11. Pengujian

    Pada tahapan ini, dilakukan pengujian sistem setelah pembangunan perangkat lunak selesai. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui keberhasilan sistem yang telah dibangun dan mengetahui kesalahan yang terdapat pada sistem.

1.5.1 Metode Pembangunan Perangkat Lunak

Model pembangunan perangkat lunak yang digunakan adalah menggunakan *Model Waterfall.* Penggambaran pembangunan sistem ini dengan *Model Waterfall* dapat dilihat pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Model Waterfall[1]

1. *Requirement*

   Requirement merupakan tahapan untuk mengumpulkan data – data yang berhubungan dengan pembangunan perangkat lunak.

2. *Analysis*

   Analysis merupakan tahapan dimana dilakukannya estimasi terhadap kebutuhan – kebutuhan dari berbagai aspek yang akan diperlukan untuk sistem.

3. *Design*

   Design merupakan tahapan dimana dilakukannya perancangan sistem. Tahapan ini digunakan untuk mengubah kebutuhan – kebutuhan menjadi representasi ke dalam bentuk *blueprint* perangkat lunak sebelum *coding* dimulai. Tahapan ini dikerjakan setelah pengumpulan semua kebutuhan telah selesai dan sudah lengkap. *Design* harus dapat

mengimplementasikan kebutuhan yang telah disebutkan pada tahap sebelumnya.

4. *Coding*

   Coding merupakan tahapan untuk menerjemahkan desain sistem yang sudah dibuat ke dalam bentuk kode – kode yang dimengerti oleh komputer

5. *Testing*

   Testing merupakan tahapan untuk menguji rancangan Sistem Informasi yang sudah dibuat dan menanyakan pendapat dari pemilik atau staff tentang pengujian terhadap rancangan Sistem Informasi tersebut.

6. *Implementation*

   Implementation merupakan tahapan untuk menerapkan rancangan Sistem Informasi yang sudah dibuat.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini:

BAB 1 PENDAHULUAN

BAB 1 menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, maksud dan tujuan dilakukannya penelitian, batasan pada penelitian, metodelogi penelitian baik itu metode pengumpulan data serta metode penyelesaian masalah dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

BAB 2 ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai CV. Blitzspot dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai *Customer Relationship Management* (CRM) dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

BAB 3 mendeskripsikan analisis terhadap objek penelitian yang selanjutnya dilakukan perancangan perangkat lunak yang menjadi solusi dari objek penelitian tersebut. Dimana analisis yang dilakukan berupa analisis sistem, analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsonal. Sedangkan perancangan yang dilakukan berupa perancangan data dan perancangan antarmuka untuk sistem yang akan dibangun.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

BAB 4 mendeskripsikan implementasi pembangunan perangkat lunak yang sesuai berdasarkan hasil dari perancangan yang telah dijelaskan, setelah implementasi selesai, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap sistem yang telah dibangun.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

BAB 5 menjelaskan kesimpulan yang didapat dari penelitian yang dilakukan apakah telah berhasil memenuhi tujuan yang ditetapkan serta saran agar penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut kedepannya dan dilakukan perbaikan untuk menutupi kekurangan dari penelitian ini.