BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV. Eka Dwi Angurah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan ringan berbahan singkong bernama Singkrezz. Hingga saat ini, Singkrezz tidak hanya dijual dengan kemasan kecil tapi juga dijual untuk kemasan besar. Persaingan di dalam usaha makanan ringan saat ini sangat ketat dan pertumbuhannya sangat pesat. Memberikan layanan dan kualitas terbaik bagi pelanggan adalah jalan keluar untuk meningkatkan daya saing di bidang usaha makanan ringan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dian Hardian sebagai selaku pemilik CV. Eka Dwi Anugrah, dalam hubungannya dengan *customer* CV. Eka Dwi Anugrah masih sulit untuk mempertahankan konsumen yang membeli dikarenakan pangsa pasar saat ini yang cukup bersaing dan berdasarkan hasil pengamatan kuesioner yang dilakukan terhadap seratus orang pelanggan sebagaimana yang terlampir pada lampiran C-1, menyatakan bahwa sebesar 45% pelanggan belum merasa puas terhadap produk dari segi harga dan kemasan sehingga pelanggan hanya membeli sesekali bahkan sampai tidak membeli lagi sehingga bagian Marketing perlu untuk mengembangkan produk agar sesuai dengan kepuasan pelanggan.

Masalah selanjutnya, belum maksimalnya strategi promosi sehingga berdampak terhadap jumlah penjualan dan juga untuk promosi yang dilakukan hingga saat ini hanya melalui sosial media dan promosi di beberapa komunitas saja.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan di atas, permasalahan yang dihadapi oleh CV. Eka Dwi Anugrah yaitu mengenai manajemen dan hubungan pelanggan dalam pengembangan produk dan permasalahan promosi sehingga berakibat pada mengurangnya minat pelanggan di CV. Eka Dwi Anugrah sehingga berpengaruh pada penjualan dari usaha tersebut.

Customer Relationship Management (CRM) adalah infrastruktur yang memungkinkan penggambaran dari peningkatan nilai pelanggan, dan sarana yang benar yang digunakan untuk memotivasi pelanggan yang berharga untuk tetap setia

membeli lagi [1]. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi promosi dan produk untuk mempertahankan posisinya dikarenakan pangsa pasar saat ini yang cukup bersaing ketat. Oleh karena itu perlu adanya manajemen dan pengontrolan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan yang salah satunya adalah *Customer Relationship Management*.

Metode yang digunakan untuk menangani keluhan pelanggan terhadap produk sehingga dapat merekomendasikan produk yang lebih baik dilakukan dengan melakukan survei terhadap pelanggan melalui penyebaran kusioner dan mengolahnya dengan *Linkert Scale*. Sedangkan untuk strategi promosi, menggunakan analisis *The Promotional Mix* karena gabungan dari berbagai jenis promosi untuk satu produk yang sama agar hasil kegiatan promo yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas maka dibutuhkan sebuah Sistem Informasi *Customer Relationship Management* di CV. Eka Dwi Anugrah berbasis web agar memudahkan pelanggan dalam mengakses sistem. Adapun jenis CRM yang dibangun adalah Analitis karena CRM Analitis mampu memberdayakan informasi pelanggan, mitra dan internal perusahaan sehingga dapat memberikan informasi yang penting bagi pengambil keputusan dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan maupun mitra kerjanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang terjadi di CV. Eka Dwi Anugrah yaitu bagaimana membangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang dapat membantu Bag. Marketing dalam mengembanganken produk untuk mempertahankan pelanggan dan merekomendasikan jenis promosi untuk mendapatkan pelanggan baru.

1.3 Maksud dan Tujuan

Berdasarkan penelitian yang dibahas, maka maksud dari penulisan tugas akhir ini yaitu menerapkan sebuah Sistem Informasi *Customer Relationship Management* untuk Pengembangan Produk dan Promosi di CV. Eka Dwi Anugrah. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah

1. Membantu Bagian Marketing dalam menentukan rekomendasi produk yang sesuai dengan minat pelanggan berdasarkan kuesioner yang diisi oleh pelanggan.
2. Membantu Bagian Marketing dalam menentukan jenis promosi yang berpengaruh terhadap penjualan.

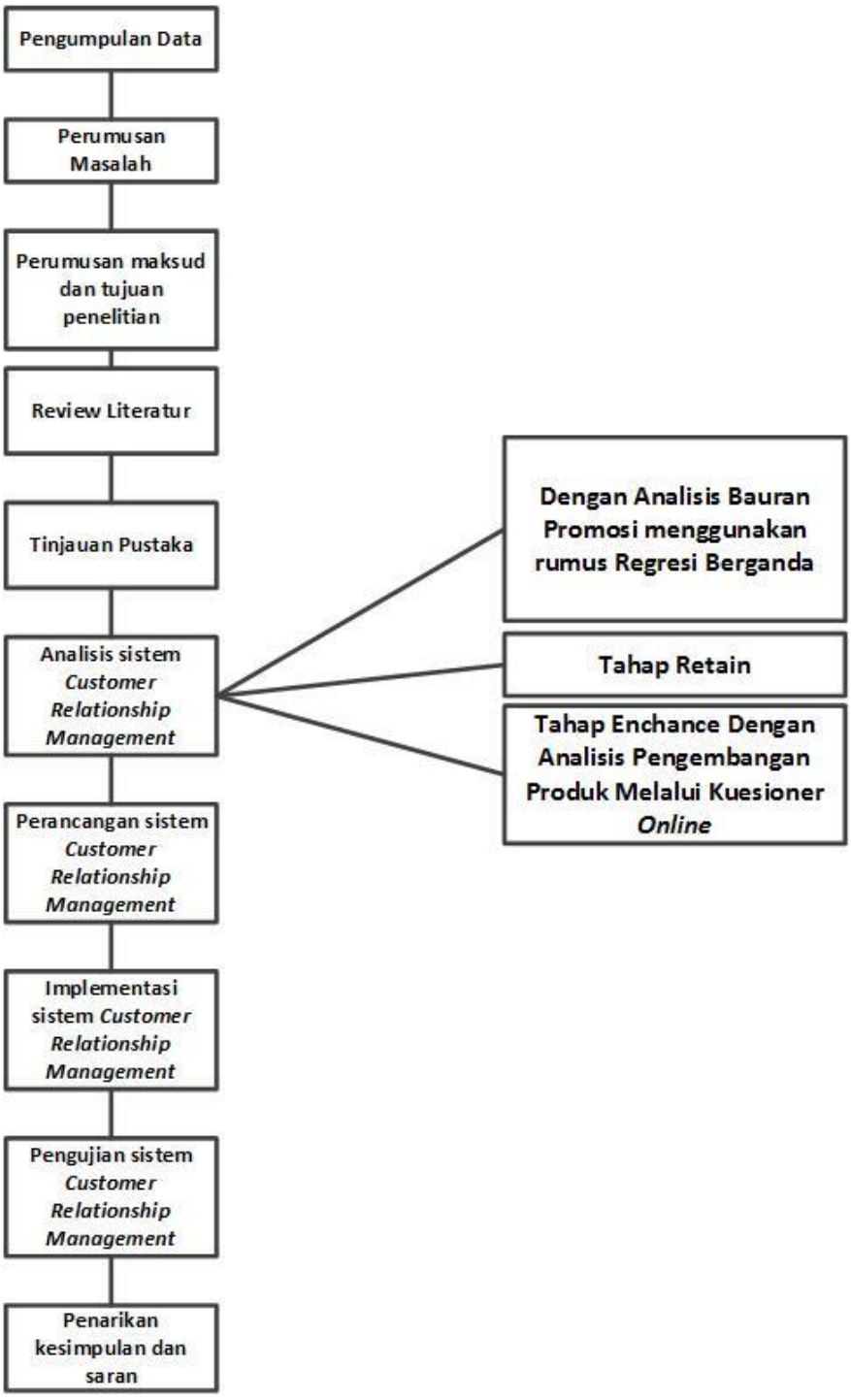
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam membangun Sistem Informasi *Customer Relationship Management* ini sehingga ruang lingkup permasalahan menjadi jelas dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang digunakan adalah data penjualan antara tahun 2016-2017.
2. Proses bisnis yang terjadi di dalam sistem adalah penanganan keluhan, rekomendasi produk dan promosi.
3. Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML, PHP Native, Bootsrap Framework untuk CSS, dan Java Script.
4. *Data Base Management System* (DBMS) menggunakan MySQL.
5. Model analisis yang digunakan dalam membangun sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).
6. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Analitis.
7. *Framework CRM* yang digunakan adalah *Dynamic CRM*.
8. Analisis yang digunakan pada tahapan Promosi menggunakan Bauran Promosi dengan metode perhitungan Regresi Berganda
9. Indikator kepuasan pelanggan meliputi harga, rasa, kemasan dan kemauan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
10. Aplikasi yang digunakan pada perhitungan Bauran Promosi menggunakan SPSS 13.0

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 yang digunakan dalam penelitian di CV. Eka Dwi Anugrah ini menggunakan metode analisis deskriptif dimana data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data transaksi pelanggan. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menggambarkan fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian sekarang secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1 Struktur penulisan Sistem Informasi CRM

Adapun keterangan dan langkah-langkah yang tergambar pada gambar 1.1 sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pada tahap keempat, pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah dilakukan secara langsung dengan mengunjungi CV. Eka Dwi Anugrah yang meliputi:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung kepada Dian Hardian selaku owner perusahaan CV. Eka Dwi Anugrah.

b. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap promosi & produk di CV. Eka Dwi Anugrah di Jl. Sarimadu No. 7 Blok 26 RT. 08 RW 01, Kel, Sukawarna, Kec. Sukajadi, Bandung.

c. Kuesioner

Melakukan pembagian kuisisoner kepada seratus pelanggan terkait pertanyaan seputar produk yang diproduksi oleh CV. Eka Dwi Anugrah dengan cara kuesioner *online*.

2. Perumusan masalah

Pada tahap kedua, perumusan masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di CV. Eka Dwi Anugrah 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 CV. Eka Dwi Anugrah menggunakan *flowmap*. Prosedur tersebut seperti prosedur pembelian barang, prosedur promosi barang melalui sosial media, prosedur pembuatan desain produk.

c. Analisis aturan bisnis

Analisis aturan bisnis yang dimaksud merupakan aturan bisnis yang sedang berjalan di CV. Eka Dwi AnugrahPada tahap kedua, perumusan masalah yang dimaksud adalah melakukan identifikasi permasalahan dan meneliti permasalahan yang terjadi di CV. Eka Dwi Anugrah.

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. Review Literatur

Pada tahap ini, peneliti melakukan *review* literatur yang berhubungan dengan bauran promosi. Literatur ini dijadikan dasar dalam menghitungan pengaruh bauran promosi terhadap penjualan. Adapun review literatur yang telah dilakukan, yaitu:

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Dwintha Ririn Tiyani yang berjudul "Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Daihatsu Pada PT. Juju Jaya Sakti Makassar", dapat disimpulkan bahwa bauran promosi memiliki pengaruh terhadap penjualan di PT. Juju Jaya Sakti Makassar dengan menggunakan rumus regresi berganda.[6]

5. Tinjauan Pustaka

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah *Customer Relationship Management* dengan melakukan studi literatur. 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 Arsitektur CRM

Analisis arsitektur *customer relationship management* dimana pada tahap ini meliputi tahap-tahap yang digunakan dalam aplikasi yang akan dibangun dengan menggunakan *framework Dynamic CRM* sebagai berikut:

1. *Acquire*, proses *acquiring a new relationship* adalah untuk mendapatkan pelanggan baru yang dapat diwujudkan dalam berbagai strategi. Dalam penelitian ini, tahan *acquire* terjadi pada tahap analisis bauran promosi dan analisis segmentasi pelanggan. Kata kunci yang dikaitkan dengan fase ini adalah diferensiasi, inovasi, dan kenyamanan (*convenience*).
2. *Retain, retaining customer relationship* adalah fase dimana organisasi melakukan strategi untuk mempertahankan pelanggan dengan cara peningkatan pelayanan. *Customer retaintion* menjadi strategi yang penting bagi perusahaan karena pilihan bagi pelanggan semakin banyak yang diciptakan oleh banyak organisasi penyedia layanan (competitor). Dalam penelitian ini, tahan *retain* terjadi pada tahap memberikan informasi perusahaan dan produk perusahaan terhadap pelanggan. Kata kunci yang diasosiasikan dengan fase ini adalah *adaptabiliy*, *listening*, dan *Responship*.
3. Expansion, adalah masa untuk membina hubungan baik yang telah ada dengan pelanggan, dengan selalu mendengar keinginan pelanggan dan melayaninya dengan baik, terciptanya pelanggan yang loyal terhadap produk/layanan organisasi. Dalam penelitian ini, tahan *expansion* terjadi pada tahap analisis kuesiober pengembangan produk. Beberapa kata kunci yang di asosiasikan dengan fase ini adalah *loyality, reduce cost, dan customer service*.

7. Perancangan sistem *Customer Relationship Management* yang akan dibangun

Terdapat beberapa tahapan dalam perancangan ini yaitu:

1. Analisis kebutuhan non fungsional

Pada tahap ini, terbagi menjadi beberapa analisis yaitu:

a. Analisis kebutuhan perangkat keras

   Pada tahapan ini, peneliti menganalisis kebutuhan perangkat keras terhadap sistem informasi CRM di CV. Eka Dwi Anugrah, 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 CV. Eka Dwi Anugrah, apakah sudah memenuhi kebutuhan minimal perangkat lunak atau belum, serta memberikan rekomendasi kebutuhan perangkat lunak.

c. Analisis user

   Pada tahapan ini, peneliti menganalisis user yang berperan dalam penggunaan sistem informasi CRM.

2. Analisis kebutuhan fungsional

   a. 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)

   b. Skema relasi

      Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan *database* dimana setiap tabelnya akan direlasikan.

   c. Struktur tabel

      Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan tabel *database* yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

   d. Perancangan struktur menu

      Tahap ini, peneliti akan membuat rancangan struktur menu yang akan ada pada Sistem Informasi CRM.

   e. Perancangan antarmuka

      Tahap ini, peneliti akan membuat antarmuka yang akan ada pada Sistem Informasi CRM lengkap dengan instruksi perintahnya.

f. Perancangan pesan

Tahap ini, berisi tentang tampilan pesan yang akan muncul pada halaman ketika melakukan sebuah aksi.

g. Perancangan jaringan semantik

Tahap ini, peneliti akan membuat jaringan semantik dimana merupakan proses hubungan antarmuka yang ada pada Sistem Informasi CRM.

h. Perancangan prosedural

Tahapan ini, peneliti akan membuat rancangan prosedural mengenai prosedur Sistem Informasi CRM yang akan dibangun. Adapun *tool* yang digunakan menggunakan *flowmap*.

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

Pada bab ini membahas uraian mengenai latar belakang masalah yang diambil, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai CV CV. Eka Dwi Anugrah 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

Pada bab ini berisi 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

Bab ini membahas implementasi dalam bahasa pemrograman 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 sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.