BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

House of Smith adalah sebuah brand retail fashion yang dibawahi manajemen PT. SMITHINDO MITRA MANDIRI, dan telah berdiri pada tanggal 8 januari 2010 di Bandung. *Goods* (barang) dan *service* (pelayanan) adalah 2 hal yang diperhatikan dari perusahaan. House of Smith sebagai brand retail fashion menjual barang dari *head to toe* seperti topi, kaos, kemeja, jaket, kaos polo, sweater, *backpack*, sabuk, dompet, sandal, dan sepatu. Dengan menjaga kualitas barang yang di produksi serta harga yang bersaing, perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap merk lokal. Selain dari kualitas barang yang di produksi, kepuasan pelanggan juga merupakan tujuan dari perusahaan, maka dari itu perusahaan juga mengutamakan pelayanan yang baik dan juga memuaskan. Sampai saat ini House of Smith sudah memiliki 1 toko pusat yang berada di Bandung, 10 cabang toko yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, dan 1 pabrik yang bertempat di Bandung. 10 cabang toko tersebut tersebar masing-masing 1 di kota Bandung, Purwokerto, Banjarmasin, Semarang, Pekanbaru, Kolaka, Banjarbaru, Tasikmalaya, Cirebon, dan Padang. Dengan tersebarnya cabang toko di berbagai kota, diharapkan dapat memfasilitasi calon pelanggan untuk lebih nyaman dalam berbelanja. House of Smith juga memiliki akun messenger dan sosial media sebagai wadah untuk mempromosikan produknya, juga sekaligus menjawab keluhan-keluhan yang masuk. Khusus untuk akun media sosial Instagram, House of Smith memiliki akun untuk setiap toko cabangnya, ini bertujuan untuk mengiklankan produk House of Smith yang tersedia di toko cabang tersebut.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan Rizky Octavian selaku *Area Manager* dan Andy Rahadian selaku *Head of Promotion* dari House of Smith, kondisi yang terjadi pada saat ini ditemukan beberapa masalah terkait dengan keluhan pelanggan. Keadaan yang terjadi pada saat ini proses pengiriman produk dari pemesanan online ke seluruh kota di Indonesia hanya dilakukan dari gudang

pusat di Bandung menggunakan ekspedisi JNE. Sebagian calon pelanggan beranggapan bahwa produk yang diiklankan di Instagram dapat dikirimkan pula dari toko cabang tersebut, tapi yang terjadi saat ini tidak dilakukan. Keadaan ini membuat sebagian calon pelanggan mengeluhkan bahwa House of Smith tidak dapat memfasilitasi pelanggannya untuk melayani pengiriman produk dari toko cabangnya, sebagaimana yang dikeluhkan oleh sebagian calon pelanggan pada Lampiran F-2. Ini terjadi dikarenakan tidak terlibatnya toko cabang kedalam sistem pemesanan online. Hal ini mengakibatkan sebagian calon pelanggan tidak dapat menentukan dari regional toko cabang mana produk yang dipesan dapat dikirimkan. Sebagian calon pelanggan menyatakan pula bahwa pengiriman barang dari gudang pusat menggunakan ekspedisi JNE dari kota Bandung akan membebankan ongkos kirim yang akan dibayar oleh sebagian calon pelanggan. Calon pelanggan yang mengeluhkan ini sebagian besar membatalkan niatnya untuk membeli produk secara online. Ini tentunya menjadi masalah bagi perusahaan jika calon pelanggan tidak terlayani yang akan mengakibatkan perusahaan akan ditinggalkan oleh pembelinya.

Masih terkait dengan keluhan, sarana keluhan pelanggan yang disediakan oleh perusahaan yaitu menggunakan aplikasi messenger (Line, Whatsapp) dan sosial media Instagram. Dalam penanganan keluhan pelanggan, *Head of Promotion* menyelesaikan keluhan tersebut hanya berdasarkan urutan keluhan yang masuk melalui akun messenger/Instagram tanpa melihat prioritas keluhan mana yang terlebih dahulu harus ditangani. Dan dari keluhan yang masuk, *Head of Promotion* harus mengecek Kategori Keluhan keluhan tersebut, jika kesulitan dalam menjawabnya, *Head of Promotion* harus melaporkan keluhan tersebut ke bagian yang lebih bertanggung jawab agar bisa ditangani, berikut adalah kaitan Kategori Keluhan keluhan berdasarkan tanggung jawab jajaran di House of Smith:

a) Jika keluhan tersebut terkait produk, pengiriman, dan pengemasan, maka *Head of Promotion* harus menghubungi *Head of Distribution*
b) Jika keluhan tersebut terkait pengalaman berbelanja, maka *Head of Promotion* harus menghubungi Direktur Perusahaan.

Dari proses penanganan keluhan yang sedang berjalan tersebut, keluhan tidak langsung tersampaikan ke pihak yang bertanggung jawab atas keluhan tersebut, sehingga menjadi lambat untuk tertangani, akibatnya pelanggan akan merasa tidak nyaman dengan lambatnya penanganan keluhan oleh perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada House of Smith adalah bagaimana terciptanya solusi untuk membangun sistem penentuan pengiriman produk dalam pemesanan online berdasarkan ongkos kirim dari cabang regional House of Smith yang termurah menggunakan ekspedisi JNE, dan membuat prioritas penanganan keluhan pelanggan dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM). Sistem ini diharapkan dapat membantu sebagian calon pelanggan untuk mengurangi beban ongkos kirim pada pemesanan *online*, dan membantu *Head of Promotion* House of Smith untuk dapat menyelesaikan keluhan pelanggan berdasarkan urutan prioritasnya**.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan sebuah masalah yaitu :

1. Bagaimana pelanggan dapat menerima rekomendasi regional toko cabang yang akan mengirimkan pesanan produknya berdasarkan ongkos kirim dari cabang regional House of Smith yang termurah menggunakan ekspedisi JNE.
2. Bagaimana *Head of Promotion* dapat menyelesaikan keluhan pelanggan berdasarkan urutan prioritasnya.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud penelitian ini adalah sebagai salah syarat kelulusan Program S1 Prodi Teknik Informatika UNIKOM, disamping itu adalah untuk membangun sistem untuk penentuan pengiriman produk dalam pemesanan online berdasarkan ongkos kirim dari cabang regional House of Smith yang termurah menggunakan ekspedisi JNE untuk peningkatan kinerja perusahaan dan kepuasan pelanggan serta

dapat menyelesaikan keluhan pelanggan berdasarkan urutan prioritasnya untuk mempertahankan hubungan antar pelanggan dan perusahaan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membantu pelanggan untuk mendapatkan rekomendasi regional toko cabang mana yang mengirimkan pesanan produknya dengan ongkos kirim termurah dari ekspedisi JNE.
2. Membantu *Head of Promotion* untuk dapat menentukan serta menyelesaikan keluhan berdasarkan urutan prioritasnya.

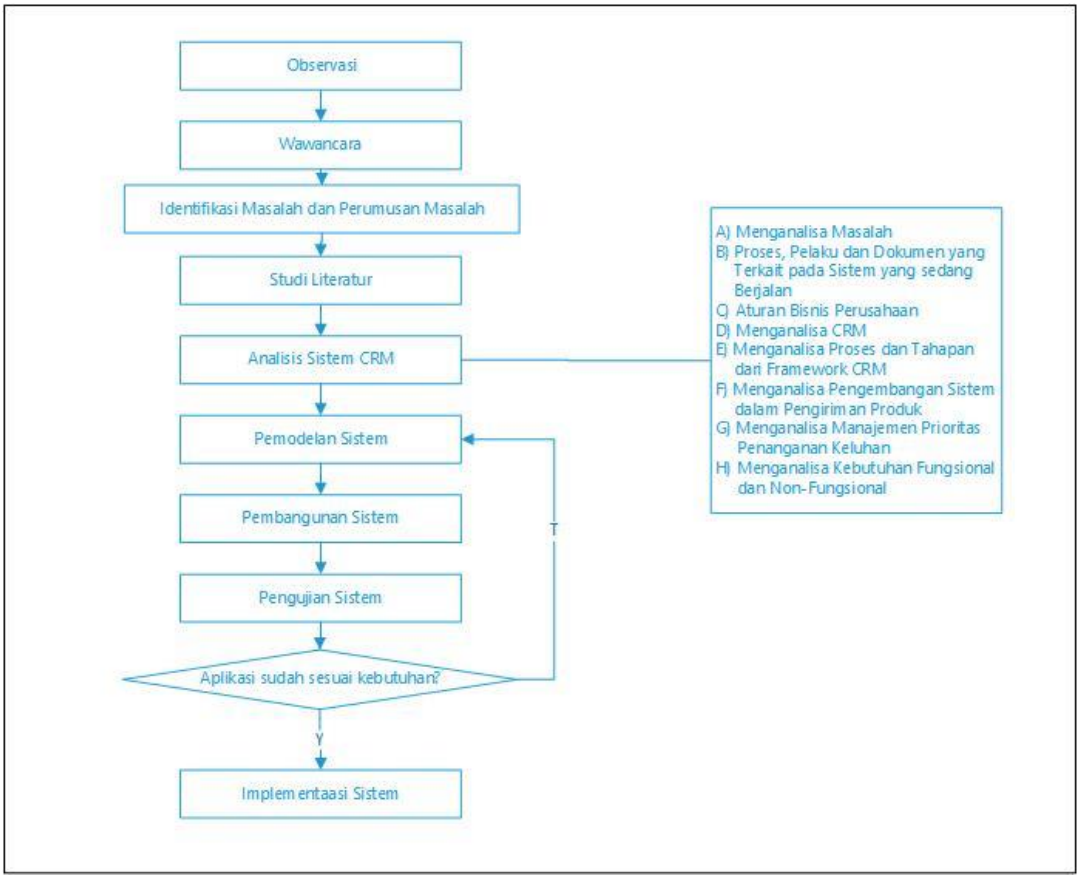
1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan semula, meliputi yaitu:

1. Sistem Informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis web dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan DBMS menggunakan MySQL.
2. Sistem Informasi yang akan dibuat hanya berfokus pada pemesanan online, dan tidak mempengaruhi sistem kasir pada toko.
3. Stok barang untuk pemesanan online dipisahkan dari stok pemesanan untuk penjualan langsung di toko.
4. Jasa ekpedisi pengiriman yang digunakan hanya dari JNE.
5. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstuktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).
6. Data yang akan dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah data transaksi dan keluhan pelanggan.
7. Jenis metode CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan *Collaborative*.
8. Metode sistem pendukung keputusan (SPK) yang digunakan dalam penentuan prioritas penanganan keluhan pelanggan menggunakan AHP (*Analytical Hierarchy Proces*).
9. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM.

1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang akan diterpakan untuk memecahkan permasalahan yang ada di House of Smith menggunakan metode analisis deskriptif. Metode Penelitian dapat dilihat pada *flowchart* yang ada pada gambar 1.1:



Gambar 1. 1 - Metodelogi Penelitian

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, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai perusahaan dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi yang akan dibangun dan teori-teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik pembangunan perangkat lunak.

BAB 3 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 4 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 5 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