BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Berkah Gemilang adalah sebuah toko yang bergerak di bidang *Game Store*. Toko Berkah Gemilang bergerak dalam menjual barang-barang *Playstation 1, Playstation 2* dan *Playstation 3* seperti *game console, CD game*, stik, *hardisk*, dan *softcopy game*. Toko Berkah Gemilang juga melayani perbaikan barang-barang *playstation* seperti *game console* dan stik. Toko Berkah gemilang hingga saat ini sudah memiliki ada 2 cabang toko, yaitu di Cianjur dan di Bandung. Toko Berkah Gemilang dalam pelayanan konsumennya mengelompokan konsumen ke dalam 2 jenis, yaitu konsumen biasa dan konsumen *Playstation Service*.

Berdasarkan wawancara dengan Sulistioanto selaku pemilik dari Toko Berkah Gemilang pada tanggal 26 Januari 2016, cukup banyaknya keluhan yang didapatkan Toko Berkah Gemilang terhadap produk maupun jasa setiap bulannya menjadi salah satu masalah yang perlu ditangani. Keluhan yang didapat oleh Toko Berkah Gemilang untuk pelayanan perbaikan adalah 73 dari 240 transaksi sedangkan untuk produk yaitu 57 dari 670 transaksi. Persentase paling tinggi adalah pada pelayanan perbaikan sebesar 30%. Konsumen sering mengeluhkan pelayanan perbaikan yang diberikan oleh Toko Berkah Gemilang, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut diantaranya adalah komponen pada alat elektronik di *playstation* ketika sudah mengalami kerusakan terkadang akan mempengaruhi komponen lainnya.

Faktor lainnya adalah beberapa komponen pada alat elektronik di *playstation* rawan mengalami kerusakan jika tidak dirawat dengan baik. Namun ada juga faktor kesalahan dari teknisi yang kurang baik dalam melakukan perbaikan. Adapun keluhan terhadap barang-barang yang dijual oleh Toko Berkah Gemilang tidak begitu banyak dibandingkan dengan keluhan terhadap pelayanan perbaikan. Akan tetapi, keluhan terhadap barang-barang yang dijual oleh Toko Berkah Gemilang bisa menjadi acuan terhadap kualitas barang sudah bagus maupun perlu ditingkatkan lagi.

Toko Berkah Gemilang belum memiliki sarana yang digunakan untuk menampung keluhan dari konsumen. Prosedur yang ada saat ini adalah konsumen menyampaikan langsung keluhannya kepada karyawan toko, sehingga Toko Berkah Gemilang Kesulitan dalam mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan perbaikan. Oleh karena itu perlu adanya management kepuasan pelanggan di Toko Berkah Gemilang.

Toko Berkah Gemilang tidak menghubungi konsumen kembali setelah konsumen melakukan pembelian produk maupun menggunakan jasa perbaikan. Hal ini menyebabkan Toko Berkah Gemilang kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari konsumen yang sama. Dengan banyaknya jumlah konsumen Toko Berkah Gemilang berdasarkan Data Transaksi dan Pelayanan Perbaikan pada tahun 2015 berjumlah 3472 orang. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pihak Toko Berkah Gemilang untuk menjadi media promosi melalui mulut ke mulut.

Adapun promosi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Berkah Gemilang saat ini adalah melalui penyebaran poster, pemasangan banner dan menyediakan katalog porduk. Dengan menerapkan promosi pemasaran berdasarkan kelompok konsumen akan mempermudah pihak Toko Berkah Gemilang untuk menentukan strategi pemasaran terhadap konsumennya. Sehingga, masalah selanjutnya adalah bagaimana menentukan kelompok konsumen berdasarkan transaksi yang telah dilakukan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi setiap konsumen berdasarkan kelompok konsumen.

Dengan menerapkan konsep CRM (*Customer Relationship Management*), perusahaan dapat mengidentifikasi konsumen potensial dengan melakukan segmentasi konsumen. Tujuan dari proses segmentasi konsumen adalah untuk mengetahui perilaku konsumen dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Model CLV (*Customer Lifetime Value*) merupakan model untuk menentukan segmentasi konsumen berdasarkan nilai siklus hidup pelanggan. CLV biasanya didefinisikan dan diperkirakan pada pelanggan atau segmen tingkat individu. Hal ini memungkinkan kita untuk membedakan antara pelanggan yang lebih menguntungkan dengan

pelanggan dengan rata-rata profitabilitas (Gupta, Lehmann, dan Stuart 2004; Reinartz dan Kumar 2003).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Toko Berkah Gemilang, maka diperlukan suatu sistem yang dapat membantu dalam penggunaan data konsumen secara maksimal sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat bagi pihak manajemen. Pengambilan keputusan dilaksanakan setelah melalui proses analisis, pemodelan, dan evaluasi terhadap data yang tersimpan di basis data untuk menghasilkan sebuah hubungan yang saling menguntungkan antara toko dan konsumennya. Maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam skripsi dengan judul *"Menentukan Perbaikan Pelayanan dan Promosi Dengan Pendekatan Customer Relationship Management di Toko Berkah Gemilang".*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang ada adalah sebagai berikut :

a. Pemilik dan Kepala Cabang Toko Berkah Gemilang mengalami kesulitan dalam melakukan promosi.
b. Pemilik dan Kepala Cabang Toko Berkah Gemilang dalam menentukan perbaikan pelayanan.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah memanagement tingakt kepuasan konsumen dan menerapkan strategi pemasaran dengan pendekatan *Customer Relationship Management* di Toko Berkah Gemilang. Sedangkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Membantu Pemilik dan Kepala Cabang Toko Berkah Gemilang melakukan promosi.
b. Membantu Pemilik dan Kepala Cabang Toko Toko Berkah Gemilang dalam menentukan pelayanan yang perlu diperbaiki dengan mengukur kepuasan pelanggan.

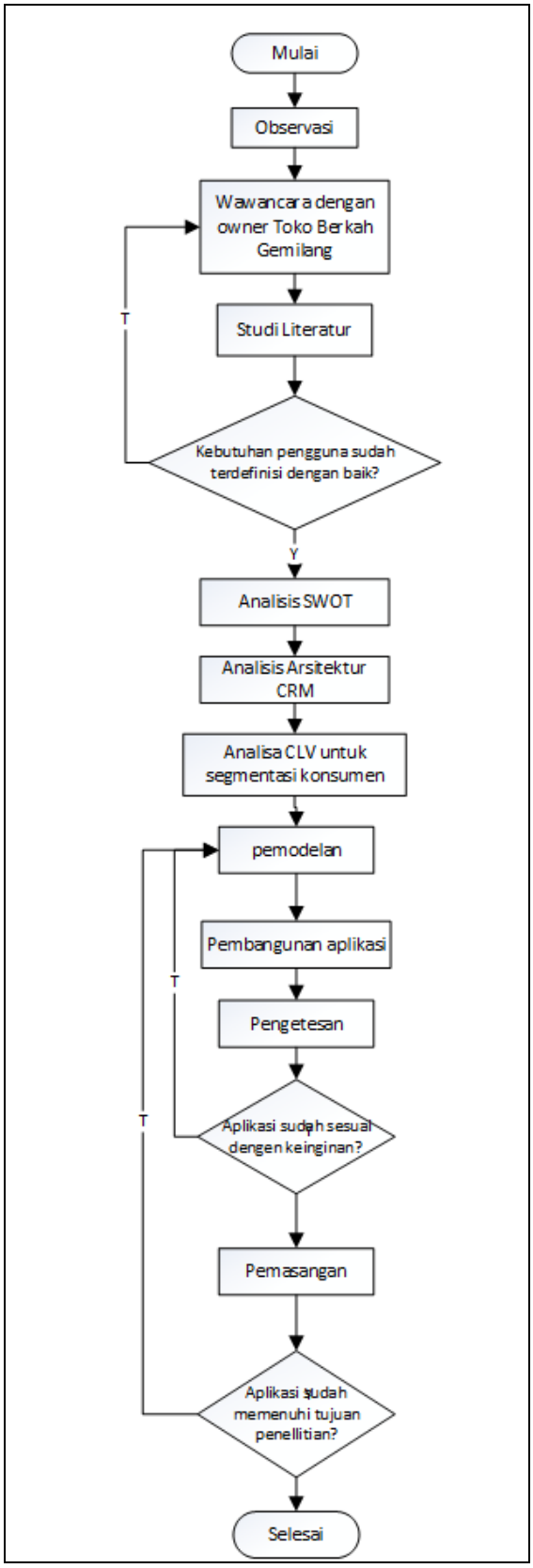
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang ada di dalam penelitian ini meliputi :

a. Aplikasi yang dibangun berbasis web, menggunakan bahasa pemograman HTML, PHP Native, Bootsrap Framework untuk CSS, Java Script, dan Ajax.
b. *Data Base Management System* (DBMS) menggunakan MySQL.
c. Model proses yang digunakan adalah *structured programming.*
d. CRM yang dibangun adalah CRM jenis analitikal.
e. Metode yang digunakan adalah CRISP-DM dengan algoritma K-Means.
f. Representasi jumlah anggota dalam setiap *segmen* menggunakan atribut CLV(*Customer Lifetime Value*).
g. Pelanggan yang ada dikelompokan ke dalam 4 kelompok yaitu *most valuable customer, most growable customer, below zeros, migrators.*
h. Arsitektur CRM yang digunakan adalah *Dynamic* CRM.
i. Promosi yang digunakan hanya menggunakan diskon dan bonus pack.
j. Alat ukur kepuasan pelanggan menggunakan sistem keluhan dan saran.

1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dari suatu penelitian. Menurut Sutrisno Hadi, metode adalah suatu usaha untuk menemukan kebenaran, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, usaha yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah. (Hadi, 1993:40). Metodologi penelitian yang dilakukan yaitu melalui beberapa tahap, berikut ini adalah gambar flowchart metologi penilitian Pembangunan Cusomer Relationship Management di Toko Berkah Gemilang dapat dillihat pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Flowchart metologi penelitian

Berdasarkan pada gambar 1.1, tahapan penelitian Pembangunan Cusomer Relationship Management di Toko Berkah Gemilang yang dilakukan adalah :

1. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan obyek penelitian secara langsung ke Toko Berkah Gemilang.
2. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan Owner dari Toko Berkah Gemilang.
3. Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian dan Customer Relationship Management, melalui buku-buku, internet, dan paper yang berkaitan dengan Customer Relationship Management.
4. Setelah data yang dibutuhkan sudah terkumpul dan user requirements sudah terdefinisi dengan baik
5. Analisis SWOT dilakukan untuk menguji apakah masalah yang ada sesuai dengan permasalahan menggunakan metode SWOT
6. Proses selanjutnya adalah proses analisis arsitektur CRM yang digunakan dalam aplikasi yang akan dibangun.
7. Tahap analisis CLV untuk segmentasi konsumen adalah analisis untuk menentukan kelompok konsumen berdasarkan transaksi yang dilakukannya.
8. Tahap selanjutnya adalah pemodelan, yaitu menerjemahkan data yang dirancang ke dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh user. Namun bila user requirements masih belum terdefinisi dengan baik, maka kembali ke proses nomor 2.
9. Tahap selanjutnya adalah pengkodean, pengkodean merupakan penerjemahan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. Tahap penerjemahan data atau pemecahan masalah yang telah dirancang keadalam bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai DBMS yang menerima dan mengirimkan datanya.
10. Setelah pengkodean selesai maka akan dilakukan testing terhadap sistem yang telah dibuat. Tujuan testing adalah menemukan kesalahan-kesalahan terhadap sistem tersebut, yang kemudian kesalahan-kesalahan tersebut dapat diperbaiki.
11. Setelah aplikasi sudah tidak ada masalah, tahap selanjutnya adalah deployment Tahap ini bisa dikatakan final dari pembuatan software atau sistem. Setelah

melakukan analisis, desain dan pengkodean, maka sistem yang sudah jadi akan digunakan oleh user. Kemudian software yang telah dibuat harus dilakukan pemeliharaan secara berkala. Dalam penelitian yang dilakukan tidak sampai ke tahap ini.

12. Jika aplikasi sudah dapat memenuhi tujuan penelitian, maka proses selesai, jika tidak maka kembali ke proses nomor 4.

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 II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai Toko Berkah Gemilang dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi *Customer Relation 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 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 sudah diperoleh dari hasil penulisan tugas akhir dan saran mengenai pengembangan aplikasi untuk masa yang akan datang.