BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

DC Clothing merupakan perusahaan clothing yang beralamat Jl.Cihampelas No 23 Bandung. DC Clothing memiliki bebera produk yang di hasilkan yaitu kaos, kemeja, celana dan jaket . Hingga saat ini DC Clothing adalah salah satu brand clothing yang cukup di perhitungkan di daerah Bandung. Tidak hanya menjual barang nya di tempatnya sendiri, tapi mendistribusikan juga ke cabang yang berada di Makassar.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Ida Wahyu selaku Direktur dari perusahaan, saat ini perusahaan dalam menentukan produk baru masih berdasarkan tren yang terdapat di Bandung, dan berdasarkan laporan penjualan paling laku selama 3 bulan terakhir (lampiran D-1). Hal tersebut dirasa kurang efektif karena produk yang di hasilkan selama ini sejenis dan masih berbahan dasar yang sama sehingga masih kurangnya inovasi produk untuk pelanggan di Makassar yang mengakibatkan menurunnya penjualan (lampiran D-2). DC Clothing tidak memproduksi produk baru karena perusahaan tidak mengetahui tren yang terdapat di daerah Makassar yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dan juga untuk media promosinya sendiri masih kurang karena perusahaan hanya berjualan langsung ditoko yang mengakibatkan kurangnya jangkauan pasar. Sehingga Direktur berharap adanya penerapan strategi penentuan produk baru dan promosi yang melibatkan pelanggan.

Berdasarkan pernyataan di atas, permasalahan yang dihadapi oleh DC Clothing yaitu mengenai manajemen dan hubungan pelanggan dalam permasalahan penentuan produk baru dan promosi, yang dapat mengakibatkan mengurangnya minat pelanggan di DC Clothing sehingga berpengaruh pada penjualan dari usaha tersebut.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. Melalui penerapan CRM, pada kasus ini perusahaan diharapkan dapat menjadi sarana promosi dan penentuan produk baru, perusahaan dapat

mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan pelanggannya agar dapat meningkatkan kembali penjualan terhadap produk-produknya. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi promosi dan pembaharuan produk untuk mempertahankan posisinya. Oleh karena itu perlu adanya manajemen dan pengontrolan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan yang salah satunya adalah *Customer Relationship Management.*

Maka dengan memperhatikan dan mempertimbangkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh DC Clothing, Maka penulis tertarik untuk membahas customer relationship management dalam skripsi dengan judul "Penentuan Produk Baru Dan Promosi Pada DC Clothing Dengan Pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM)".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi di DC Clothing yaitu bagaimana membangun sistem penentukan promosi dan produk baru yang sesuai dengan keinginan pelanggan khususnya pelanggan yang sering membeli produk perusahaan tersebut.

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 Promosi dan Penentuan Produk di DC Clothing. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membantu Direktur dalam menentuan produk baru yang akan di produksi sesuai keinginan pelanggan.
2. Membantu Direktur dalam mempertahankan pelanggan dengan menentukan promosi-promosi tepat

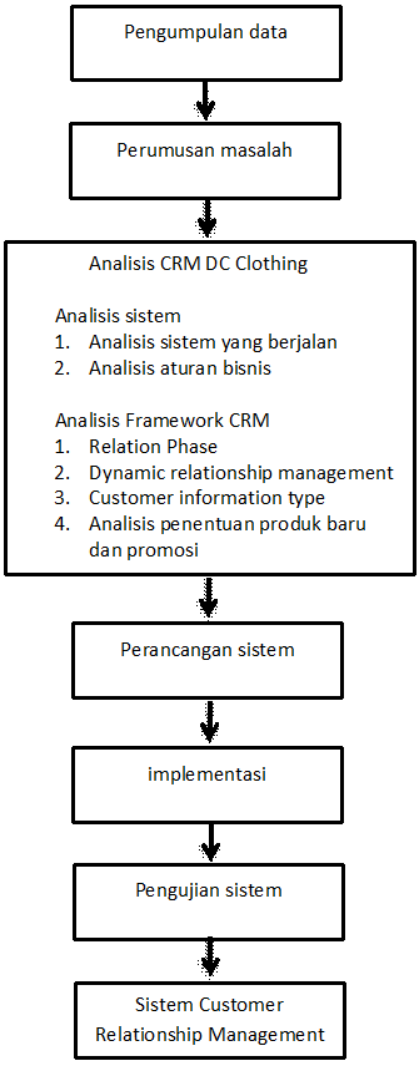
1.4. Batasan Masalah

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. Sistem informasi *Customer Relationship Management* yang akan dibuat berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database yang digunakan menggunakan MySQL.
2. Jenis CRM yang akan dibangun menggunakan pendekatan CRM Strategis.
3. Data yang akan diolah yaitu data perusahaan berupa data pelanggan, data kuesioner.
4. Data yang akan dijadikan landasan permasalahan penelitian adalah data transaksi penjualan bulan April – bulan September 2017.
5. Proses perhitungan yang ada dalam sistem yaitu proses kuesioner penentuan produk baru.
6. Analisis penentuan produk baru mengunakan :
   a. Segmentasi pasar geografis berdasarkan wilayah kota/kabupaten
   b. Segmentasi demografis berdasarkan jumlah usia 17-29 tahun.
7. Metode promosi yang digunakan yaitu metode promosi penjualan berorientasi konsumen.
8. Model analisis yang digunakan dalam pembangunan sistem ini adalah analisis terstruktur yang meliputi ERD (*Entity Relationship Diagram*) dan DFD (*Data Flow Diagram*).

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 DC Clothing 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 berikut.



Gambar 1.1Alur Penelitian

1. Pengumpulan Data

Pada tahap pertama, pengumpulan data di DC Clothing dilakukan dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara adalah tahap pengumpulan data dengan cata mengadakan tanya jawab secara langsung dengan Direktur DC Clothing.

b. Observasi

Observasi adalah tahap pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap sistem yang sedang berjalan.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah referensi yang diperoleh dari sumber bacaan berupa dokumen tertulis maupun elektronik seperti: buku, jurnal dan tugas akhir.

2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakam tahap yang penting dilakukan untuk mengetahui dengan jelas rumusan masalah yang didasarkan pada fakta dan data yang telah didapat di lapangan, sehingga dari perumusan masalah ini maka dilakukan penelitian untuk memecahkan masalah yang ada.

3. Analisis Sistem

Pada tahap ini dilakukan analisis sistem dimana pada tahap ini meliputi analisis sistem yang berjalan dan analisis aturan bisnis.

4. Analisis CRM

Pada tahap ini dilakukan analisis *framework* CRM, *framework* yang digunakan adalah *Framework Dynamic* CRM.

5. Analisis Penetuan Produk Baru

Pada tahap ini akan dilakukan penetuan produk baru menggunakan kuesioner agar produk tersebut sesuai dengan keinginan pelanggan.

6. Perancangan Sistem

Pada tahap ini dimulai perancangan sistem yang meliputi perancangan basis data, strutktur menu apa saja yang nantinya ada, perancangan antar muka dll.

7. Implementasi Sistem

Tahap ini adalah tahapan dari perancangan yang telah dibuat. Tahap ini merupakan tahap merubah rancangan yang dibuat ke dalam bahasa pemograman untuk menghasilkan sebuah sistem CRM.

8. Pengujian Sistem

Pada tahap ini dilakukan pengujian sistem untuk mengetahui apakah pembangunan sistem ini berhasil atau tidak serta untuk mengetahui apakah terjadi kesalahan ataupun error pada sistem yang sudah dibangun.

9. Hasil Pembangunan Sistem Informasi *Customer Relationship Management*

Tahapan hasil pembangunan sistem informasi CRM di DC Clothing ini merupakan tahapan hasil akhir sistem yang dibuat, setelah melakukan proses pengumpulan data hingga analisis sistem yang akan di bangun DC Clothing.

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 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan umum mengenai DC Clothing dan pembahasan berbagai konsep dasar mengenai Sistem Informasi *Customer Relationship Management* 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 sistem informasi ini, analisis sistem yang sedang berjalan pada sistem informasi 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 pemrograman 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.