BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT Tridaya Sinergi Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian barang dalam hal ini adalah rokok herbal yang terbuat dari 17 komposisi rempah yang dipercaya dapat menormalkan tekanan darah, menekan kolesterol dan asam urat. Perusahaan yang beralamat di Jl. Sukamulya No. No.44 A, Pasteur, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat ini mendistribusikan ratusan ribu bungkus rokok setiap bulannya untuk memenuhi konsumen yang sudah mencapai 52.325. konsumen yang tersebar di daerah Jawa Barat. PT Tridaya Sinergi Indonesia menerapkan sistem multi level marketing yang terdiri dari stokis dan member dalam memesarkan produknya.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Ramli Ilham selaku kepala divisi marketing semenjak awal berdirinya PT. Tridaya Sinergi Indonesia hingga saat ini grafik penjualan dan peningkatan konsumen terus menunjukan pergerakan yang positif. Pada tahun 2011 perusahaan hanya memiliki 3243 pelanggan namun pada tahun berikutnya yaitu tahun 2012 perusahaan berhasil meningkatkan jumlah pelanggan menjadi 12465 pelanggan. Hal tersebut terus terjadi hingga tahun 2017 dimana jumlah pelanggan ditahun 2017 tercatat 52.325 pelanggan. Dengan Meningkatnya jumlah pelanggan tentunya berbanding lurus dengan jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh perushaan. Pada tahun 2011 perusahaan hanya memperoleh penghasilan bersih sekitar 2,5 miliar rupiah. Namun pada tahun 2012 perusahaan berhasil meningkatkan penghasilannya menjadi 7,5 miliar rupiah. Hal tersebut terus berlanjut hingga tahun 2017 dengan mencatatkan penghasilan tertinggi yaitu 22,7 miliar rupiah. Hal ini tentunya menjadi sebuah peluang untuk memperbesar jaringan bisnis perusahaan yang saat ini hanya memiliki 3 cabang dan tersebar hanya di Jawa Barat saja. Sedangkan pangsa pasar di indonesia masih sangat terbuka mengingat jumlah perokok di indonesia yang terbilang sangatbanyak. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Atlas Tobbaco, Indoneisa

menduduki rangking satu jumlah perokok di dunia. Jumlah perokok di Indonesia tahun 2016 mencapai 90 juta jiwa. Data tersebut menunjukan bahwa pangsa pasar di indonesia untuk bisnis rokok herbal masih sangat terbuka lebar. Ditambah dengan berbagai macam khasiat yang diberikan rokok herbal yang tidak dimiliki oleh rokok konvensinal tentunya dapat menarik minat masyarakat yang merokok untuk setidaknya mencoba dan merasakan efek dari rokok herbal tersebut. Perusahaan sendiri memiliki target membuka 11 cabang baru di daerah Pulau Jawa dalam rangka perluasan jaringan bisnis dan distribusi produk, namun bagian marketing masih kesulitan untuk menentukan wilayah mana yang tepat untuk di jadikan cabang baru. Pada tahun 2013 pihak marketing sendiri pernah satu kali membuka cabang baru di daerah Ciamis namun setahun kemudian terpaksa ditutup yang sebabkan perusahaan merugi karena harus membayar biaya operasional seperti biaya sewa tempat dan biaya gaji karyawan yang bekerja disana sedangkan jumlah pembelian di cabang tersebut sangatlah minim. Cabang yang berada di daerah Ciamis tersebut hanya memiliki 214 pelanggan dan memperoleh penghasilan kotor 237 juta rupiah selama setahun, sedangkan jumlah karyawan yang harus digaji di cabang tersebut berjumlah 18 orang. Jika dirupiahkan, untuk menggaji karyawan selama setahun saja sudah mencapai 436 juta rupiah. Belum lagi ditambah dengan biaya sewa kantor cabang yang mencapai 63 juta rupiah per tahun.

Selain itu pelanggan yang berada di daerah yang belum memiliki cabang perusahaan merasa kesulitan dalam melakukan pembelian produk. Karena jika mereka ingin langsung mendapatkan produk yang dijual perusahaan, mereka harus langsung datang ke cabang perusahaan terdekat dari daerah mereka. Jika tidak ingin datang ke cabang terdekat maka mereka harus memesan terlebih dahulu via telepon dan harus menunggu beberapa hari hingga pesanan datang.

Berdasarkan uraian masalah yang terjadi di PT. Tridaya Sinergi Indonesia, maka dibutuhkan suatu sistem yang dapat menganilsis pangsa di tiap daerah serta dapat memberikan rekomendasi apakah daerah tersebut cocok untuk dijadikan tempat cabang baru dengan pendekatan *Customer Relationship Management*. *Customer Relationship Management* sendiri merupakan proses membangun dan

mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan yang memuaskan mereka. Secara garis besar, perusahaan dapat mengembangkan hubungan dengan pelanggannya melalui 3 pendekatan, yaitu manfaat finansial, manfat sosial dan ikatan struktural.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang terjadi di PT. Tridaya Sinergi Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan merugi akibat kesalahan dalam menentukan daerah cabang baru.
2. Perusahaan kesulitan dalam menentukan daerah pembukaan cabang baru yang tepat.
3. Pelanggan merasa cukup kesulitan dalam pembelian produk karena jarak cabang yang jauh dari tempat mereka tinggal.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penulisan proposal skirpsi ini adalah untuk membangun sebuah sistem yang dapat memberikan rekomendasi daerah yang tepat untuk dijadikan cabang baru kepada divisi marketing PT. Tridaya Sinergi Indonesia dengan pendekatan *Customer Ralationship Management*. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam membangun sistem tersebut adalah adalah :

1. Meminimalisir kemungkinan kerugian perusahaan yang diakibatkan oleh kekeliruan dalam membuka cabang baru di suatu daerah.
2. Memberikan rekomendasi daerah pembukaan cabang baru kepada perusahaan.
3. Mengoptimalkan pendistribusian produk kepada pelanggan.

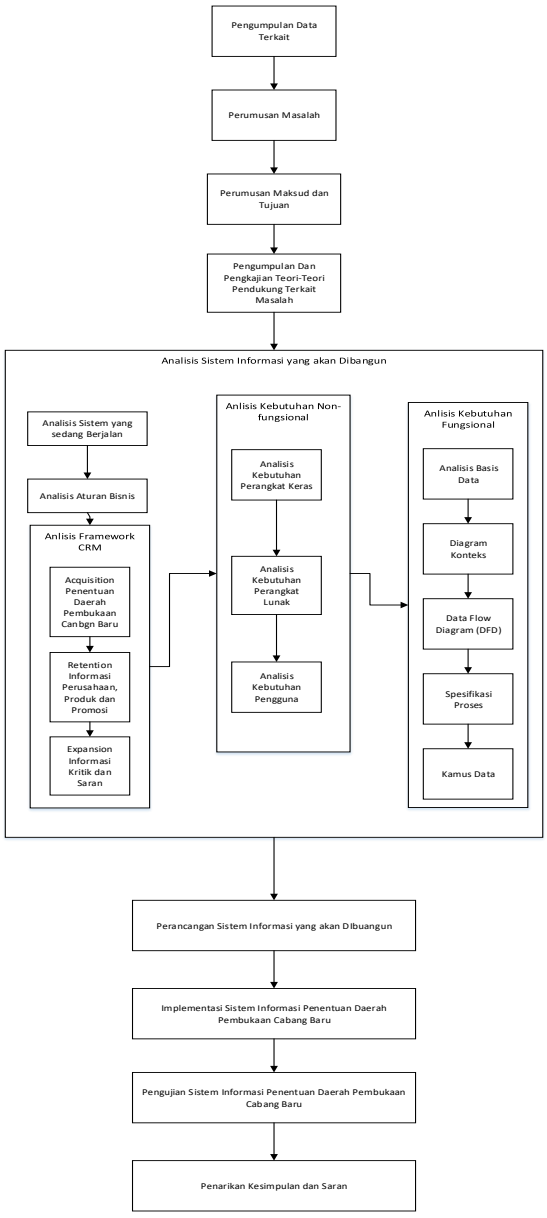
1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam pengbangunan sistem ini adalah sebagai berikut :

1. Daerah yang akan dianalisis adalah daerah Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Barat, Berdasarkan permintaan dari kepala divisi marketing PT Tridaya Sinergi Indonesia.
2. Promosi yang dilakukan adalah promosi mengenai informasi produk, perusahaan dan cara untuk bergabung menjadi pelanggan (Distributor, Stokis dan member) PT. Tridaya Sinergi Indonesia
3. Data yang dianalisis adalah data pelanggan, penjualan dan transaksi selama tahun 2016.
4. Data kependudukan yang digunakan berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS)
5. Metode pendukung pengambilan keputusan yang digunakan adalah SAW (*Simple Additive Weighting)*.
6. Jenis CRM yang dipilih adalah *Analytical* CRM dan Arsitektur CRM yang digunakan adalah *dynamic* CRM.
7. Pendekatan yang digunakan untuk penentuan daerah pembukaan cabang baru menggunakan Strategi Pemasaran Sasaran (*Segmentation, Targeting, dan Positioning).*
8. Pada tahap segmentasi saat pemilihan lokasi cabang baru, segmentasi yang digunakan adalah segmentasi Geodemografis (Geografis dan Demografis).
9. Variabel geografis yang digunakan adalah kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat.
10. Variabel demografis yang digunakan adalah jumlah penduduk dengan usia > 20 tahun dan jumlah konsumen yang ada di setiap kabupaten/kota di Jawa Barat.

1.5 Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis. Dalam pembuatan penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif yang menggambarkan fakta-fakta dan informasi secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode penelitian ini memiliki dua tahapan, yaitu tahap pengumpulan data dan tahap pembangunan perangkat lunak. Adapun alur penelitian ini digambarkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Metodologi Penelitian Sistem Informasi Penentuan Pembukaan Cabang Baru di PT Tridaya Sinergi Indonesia

Tahapan-tahapan metodologi penelitian diambil sebagai acuan dalam penyusunan tugas akhir skripsi dan berikut adalah penjelasannya:

1. Pengumpulan Data Terkait

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti mengumpulkan data-data yang terdapat di perusahaan dengan mendatangi langsung ke lapangan. Tahapan juga adalah tahapan dimana peniliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah yang telah dirumuskan. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa kegiatan, diantaranya:

   a. Wawancara Tidak Terstruktur

      Menurut Moh. Nazir, Ph.D, yang dimaksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide*(panduan wawancara).

   b. Studi Pustaka

      Menurut Moh. Nazir, Ph.D, Studi pustaka adalah mencari sumber data sekunder yang akan mendukung peelitian dan juga untuk mengetahui sejauh mana ilmu yang berhubungan dengan penelitian telah berkembang, sampai ke mana terdapat kesimpulan dana degeneralisasi yang pernah dibuat, sehingga situasi yang diperlukan dapat diperoleh.

2. Perumusan Masalah

   Tahapan ini adalah tahap dimana peneliti meneliti masalah apa saja yang terjadi di tempat penelitian, setelah data terkumpul maka peneliti merumuskan masalah yang terjadi.

3. Perumusan Maksud dan Tujuan

   Tahapan ini adalah tahap dimana peneliti merumuskan maksud dan tujuan penelitian berdasarkan hasil rumusan masalah. Sehingga tujuan ini menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

4. Pengumpulan dan Pengkajian Teori-Teori Pendukung Terkait Masalah

Tahap kelima dari penelitian ini adalah pengumpulan dan pengkajian teori-teori pendukung yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian. Peneliti melakukan studi literatur untuk mendukung data penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi ini dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai literature yang bersumber dari buku teks, jurnal ilmiah dan bacaan-bacaan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

5. Melakukan Analisis Terhadap Sistem Informasi yang akan dibangun

   Tahap ini adalah tahap analisis sistem informasi yang akan dibangun. Sistem yang akan dibangun adalah sistem penentuan pebukaan cabang baru menggunakan analisis pangsa pasar dengan pendekatan *Customer Relationship Management*. . Analisis terhadap sistem yang akan dibangun terdiri dari beberapa bagian, antara lain

   a. Analisis Sistem yang sedang Berjalan

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisisi prosedur-prosedur yang sedang berjalan di perusahaan yang berhubungan penelitian ini

   b. Analisis Aturan Bisnis

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisa aturan bisnis yang sedang berjalan di PT. Tridaya Sinergi Indonesia

   c. Analisis Framework CRM

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisis kerangka kerja dari *Customer Relationship Management* dimana kerangka kerja ini akan diterapkan pada sistem informasi yang akan dibangun.

   d. Analisis Kebutuhan Non Fungsional

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisis kebutuhan non fungsional yang dibutuhkan untuk pembangunan informasi dengan pendekatan *Customer Ralationship Management.* Analisis non fungsional terdiri dari beberapa bagian, antara lain :

      1. Analisis Kebutuhan Perangkat Keras

         Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis kebutuhan perangkat keras yang ada di PT. Tridaya Sinergi Indonesia. Selain itu

peneliti juga merekomendasikan spesifikasi minimal kebutuhan perangkat keras yang dapat menunjang sistem yang akan dibangun.

2. Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis kebutuhan perangkat lunak yang ada di PT. Tridaya Sinergi Indonesia. Selain itu peneliti juga merekomendasikan kebutuhan perangkat lunak yang dapat menunjang sistem yang akan dibangun.

3. Analisis Pengguna

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis pengguna yang akan menggunakan sistem yang akan dibangun.

4. Analisis Pengkodean

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis kode yang digunakan oleh perusahaan.

e. Analisis Kebutuhan Fungsional

Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisis kebutuhan fungsional yang dibutuhkan untuk pembangunan informasi dengan pendekatan *Customer Ralationship Management.* Analisis non fungsional terdiri dari beberapa bagian, antara lain :

1. Analisis Basis Data

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis kebutuhan basis data dari sistem yang akan dibangun. *Tool* yang digunakan yaitu *Entity Ralationship Diagram* (ERD).

2. Diagram Konteks

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis proses yang terjadi secara umum berupa aliran informasi dari pengguna ke sistem yang akan dibangun.

3. *Data Flow Diagram* (DFD)

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganilisis proses yang terjadi secara khusus berupa aliran informasi anatara pengguna, sistem yang akan dibangun dan *database*.

4. Spesifikasi Proses

Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisis spesifikasi setiap proses yang ada pada DFD dalam bentuk table.

5. Kamus Data

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti menganalisis deskripsi dari data yang mengalir pada DFD dalam bentuk table.

6. Melakukan Perancangan Sistem Informasi yang akan dibangun

   Tahap ini adalah tahap perancangan sistem penentuan pebukaan cabang baru menggunakan analisis pangsa pasar dengan pendekatan *Customer Relationship Management* yang akan dibangun. Perancangan sistem informasi yang akan dibangun terdiri dara beberapa bagian, antara lain

   a. Perancangan Skema Relasi

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat rancangan *database* yang akan digunakan oleh sistem dimana setiap tabel akan direlasikan.

   b. Perancangan Struktur Tabel

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat rancangan *database* yang akan yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

   c. Perancangan Struktur Menu

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat rancangan *database* yang akan yang akan dijelaskan struktur tabelnya.

   d. Perancangan Antarmuka

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat tampilan antarmuka sistem yang akan muncul pada tampilan sistem yang akan dibangun.

   e. Perancangan Pesan

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat rancangan pesan yang akan muncul pada tampilan sistem yang akan dibangun.

   f. Jaringan Semantik

      Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat rancangan jaringan semantic dimana merupakan proses antarmuka yang terdapat pada sistem yang akan dibangun.

   g. Perancangan Prosedural

Tahap ini adalah tahap dimana peneliti membuat rancangan prodsedural mengenai prosedur-prosedur yang terdapat pada sistem yang akan dibangun.

7. Implementasi sistem penentuan pebukaan cabang baru mengunakan analisi Pangsa pasar dengan pendekatan *Customer Relationship Management*

   Tahap ini adalah tahap dimana dilakukannya pembangunan sistem penentuan pebukaan cabang baru mengunakan analisi pangsa pasar dengan pendekatan customer relationship management di PT. Tridaya Sinergi Indonesia, dengan mengacu pada metode-metode dan analisa-analisa permasalahan yang terdapat pada perusahaan sistem informasi tersebut dibangun sesuai aturan bisnis dan rancangan perangkat lunak yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan
8. Melakukan Pengujian terhadap sistem informasi yang telah dibangun

   Tahap ini adalah tahap pengujian sistem yang telah dibuat. Peengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan sistem yang diterapkan di PT Tridaya Sinergi Indonesia dan untuk mengetahui kesalahan yang ada pada sistem yang telah dibangun. Pengujian dilakukan dalam 3 jenis pengujian, antara lain pengujian *Black Box Testing,* Pengujian *User Acceptence Testing* (UAT) dan pengujian penerimaan pengguna akhir dengan melakukan wawancara.
9. Melakukan Penarikan Kesimpulan dan saran

   Tahap ini adalah tahap dimana peneliti memberikan kesimpulan terhadap sistem yang telah dibangun dan juga memberikan saran untuk pengembangan sistem kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan tugas akhir yang akan dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai setiap isi yang ada pada masing-masing pokok permasalahan yang ada pada perusahaan, seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang garis besar profil perusahaan, struktur organisasi dari perusahaan, serta berisi tentang teori-teori yang digunakan untuk merancang dan mengembangkan aplikasi yang akan dibuat.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis terhadap sistem yang sedang berjalan untuk mengetahui kekurangan dan kebutuhan sistem yang akan dibangun agar menjadi lebih baik. Menjalankan tentang perancangan sistem secara keseluruhan berdasarkan hasil analisis.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini membahas implementasi dari tahapan analisis dan perancangan sistem kedalam perangkat lunak (dalam bentuk bahasa pemrograman), beberapa implementasi yang akan dijelaskan adalah implementasi perangkat keras, implementasi perangkat lunak, dan implementasi antarmuka.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang ulasan kesimpulan yang berkaitan dengan keseluruhan isi laporan dan beberapa saran dalam pengembangan, agar aplikasi yang telah dibangun tersebut dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi dan lebih berguna.