

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa layanan internet. Berpusat di kota Bandar Lampung PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia memiliki beberapa cabang diantaranya di Semarang Jawa Tengah, Lampung Tengah, Metro dan Pringsewu. Setiap tahunnya penambahan pelaku bisnis dibidang jasa layanan internet semakin meningkat, sehingga persaingan bisnis dalam bidang tersebut semakin meningkat juga. PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia perlu memikirkan bagaimana caranya agar usaha dalam bisnis tersebut dapat memperoleh keuntungan yang meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yuli selaku kepala di Bagian Pemasaran menyatakan bahwa saat ini PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia memiliki 28 orang teknisi yang siap untuk melakukan pelayanan jasa layanan internet. Namun dalam kegiatan memasarkan pelayanan jasa layanan internet perusahaan ini masih menggunakan cara konvensional melalui mulut ke mulut Sementara untuk melakukan pemesanan pelayanan jasa layanan internet, pelanggan dapat menelpon atau datang langsung ke kantor PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia. Permasalahan yang sering muncul berdasarkan hasil wawancara tersebut adalah PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia sering mengalami kesulitan dalam penanganan terhadap proses mendapatkan pelanggan yang baru, hal ini bisa dilihat dari jumlah pelanggan baru yang di targetkan oleh perusahaan dalam 1 bulan, dari 300 pelanggan baru yang di targetkan hanya 150 yang di dapat. Permasalahan mendapatkan pelanggan baru tersebut disebabkan

karna PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia masih belum melakukan strategi pemasaran yang tepat. Saat tim pemasaran dari PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia turun ke lapangan untuk melakukan promosi tak jarang hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan yang di harapkan. Kurang tepatnya tim pemasaran di PT Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia dalam memilih pangsa pasar untuk melakukan promosi menyebabkan hasil dari promosi tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Hal ini menyebabkan dalam mendapatkan pelanggan baru PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia masih bergantung dari pemberian perintah pemasangan layanan internet yang di berikan oleh PT. Telkom Indonesia, sementara calon pelanggan baru yang langsung berhubungan langsung dengan PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia sering kali mendapatkan informasi tentang pelayanan yang dilakukan oleh PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia hanya dari pelanggan sebelumnya, sehingga tidak langsung mendapatkan informasi dari PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia.

Berdasarkan permasalahan yang terkait dengan hubungan antara perusahaan dengan calon pelanggan maka diperlukan suatu sistem yang bisa membantu perusahaan dalam memilih jenis promosi. Sistem yang fokus pada menentukan pangsa pasar supaya lebih terarah dalam menentukan target calon pelanggan sehingga kemungkinan mencapai target lebih terukur. oleh karena itu perlu dilakukan analisis atas strategi promosi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan membutuhkan strategi pemasaran serta pelayanan dalam mengikat pelanggan. Strategi yang dibutuhkan yaitu konsep Customer Relationship Management. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul Sistem Informasi Strategi Promosi Dengan Pendekatan Customer Relationship Management di PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia.

### **1.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada pada latar belakang penelitian ini, maka dapat diidentifikasi masalahnya yakni:

1. Sulitnya Kepala Bagian Pemasaran dalam menentukan strategi promosi yang efektif untuk perusahaan.
2. Pangsa pasar untuk calon pelanggan baru dalam pemasangan internet masih bersifat umum, belum mengkhususkan pada target dengan daerah tertentu yang tingkat keinginan masyarakat dalam pemasangan internet tinggi. Sehingga pencapaian target pelanggan baru masih kurang.

### **1.2. Maksud dan Tujuan**

Maksud dari penelitian ini adalah penentuan jenis promosi dengan menggunakan pendekatan Customer Relationship Management di PT. Mitra SuksesGemilang Solusi Indonesia.

Sedangkan tujuan penentuan jenis promosi dengan menggunakan pendekatan Customer Relationship Management di PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Penentuan jenis promosi bertujuan untuk membantu kepala bagian pemasaran dalam pengambilan keputusan untuk melakukan promosi demimencapai target dari perusahaan.
2. Penentuan jenis promosi yang tepat bertujuan untuk membantu kepala bagian pemasaran dalam menentukan pangsa pasar supaya lebih terarah dalam menentukan target calon pelanggan sehingga kemungkinan mencapai target lebih terukur.

### **1.3. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang akan diolah dalam sistem yang akan dibangun adalah data transaksi pemasangan internet, data pelanggan dan data produk ( Juli 2020 - April 2021).

2. Pemodelan yang digunakan adalah pemodelan terstruktur meliputi Data Flow Diagram (DFD) dan memodelkan Entity Relationship Diagram (ERD).
3. Sistem Informasi Customer Relationship Management yang akan dibangun berbasis website

#### **1.4. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar hasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah dilakukan sebelumnya. Metodologi Penelitian yang digunakan untuk penulisan ini adalah metodologi kualitatif. Metodologi kualitatif merupakan metodologi yang berguna untuk mendapatkan informasi berupa data dan proses yang dilakukan pada subjek penelitian dan penelitian dilakukan langsung memposisikan diri terlibat dalam proses di dalamnya.

##### **1.4.1 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan maka menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. . Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan langsung terhadap proses proses yang berjalan di PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia.

2. Wawancara

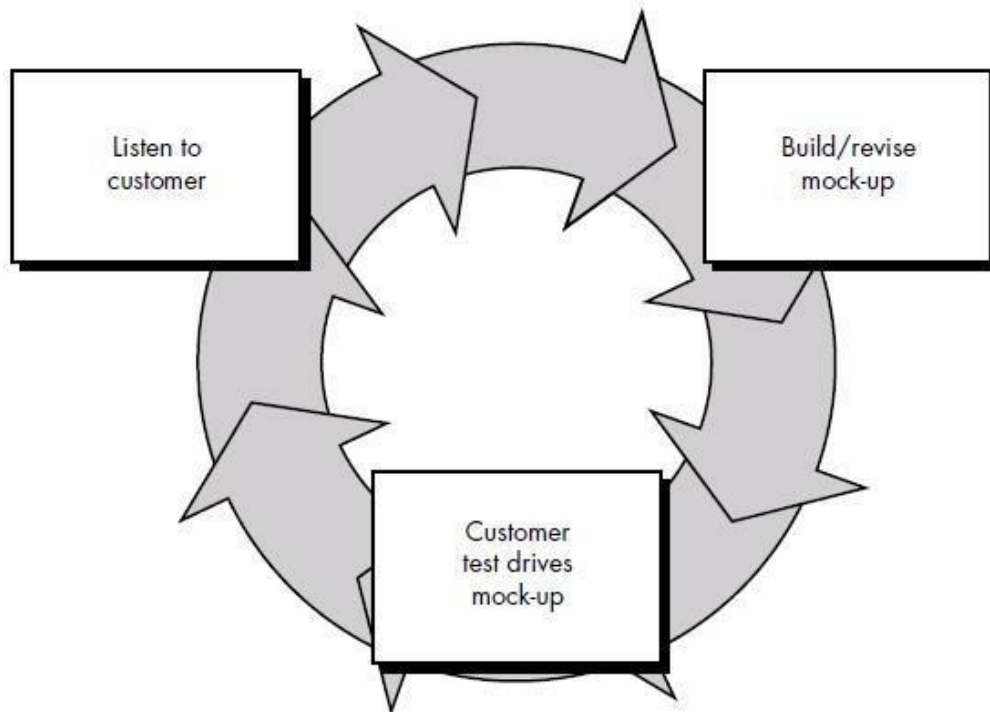
Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak – pihak yang dianggap mampu memberikan informasi yang lebih terinci terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Seperti pemilik perusahaan, kepala bagian pemasaran serta kepala teknisi di PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia.

3. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mencari data, mempelajari banyak data dari berbagai sumber buku, modul, artikel baik perpustakaan maupun internet yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

#### **1.4.2 Metode Pembangunan Perangkat Lunak**

Metode Prototyping merupakan metode yang membantu dalam pengembangan perangkat lunak dimana pengembang dan pelanggan dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan sistem. [1]



**Gambar 1.1 Metode Prototyping**

Gambar 1.1 adalah kinerja metode prototyping. Pertama dengan melakukan pengumpulan kebutuhan dilakukan dengan cara developer mendengar apa yang menjadi tujuan dan menentukan apa saja yang dibutuhkan meliputi model interface dan teknik prosedural. Langkah selanjutnya dengan melakukan perancangan. Perancangan dilakukan cepat dan rancangan mewakili semua aspek sistem yang diketahui, dan rancangan ini menjadi dasar prototyping. Langkah yang terakhir adalah Evaluasi. Client (pihak perusahaan) mengevaluasi prototype untuk menambah kelengkapan dari sistem yang sudah dibuat supaya lebih memperjelas kebutuhan dan siap untuk diimplementasikan.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan yang akan dilakukan. Sistematika penulisan laporan ini dibagi dalam beberapa bab dengan pokok pembahasan secara umum sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi pembahasan masalah yang berhubungan dengan penyusunan laporan, yang meliputi latar belakang, perumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang profil PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia dan pembahasan terkait strategi promosi, sistem informasi CRM beserta teori pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik yang mendukung penelitian ini.

### **BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM**

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 berisi hasil implementasi dari hasil analisis dan perancangan yang telah dibuat disertai juga dengan hasil pengujian dari sistem yang dibangun di PT. Mitra Sukses Gemilang Solusi Indonesia sehingga diketahui apakah sistem yang dibangun sudah sesuai dengan analisis dan perancangan yang telah dilakukan.

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan tentang keseluruhan dari pembangunan sistem informasi manajemen ini dan saran tentang sistem informasi manajemen ini untuk masa yang akan datang.