

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi di dunia semakin nyata dalam berbagai aspek kehidupan manusia, salah satu contoh pengembangannya adalah dalam bidang teknologi informasi yang digunakan sebagai sarana untuk menunjang kegiatan pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, pada saat ini teknologi informasi sudah banyak diterapkan berbagai perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan mereka dan meningkatkan kualitas pelayanan yang berfokus pada pelanggan, dengan kualitas pelayanan yang terbaik maka bisa menciptakan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut serta bisa memberikan nilai tambah terhadap pelayanan pelanggan.

CRM (Customer Relationship Management) merupakan salah satu konsep untuk mengembangkan peningkatan layanan yang berfokus kepada pelanggan. *CRM* dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas terintegrasi untuk mengidentifikasi, mengakuisisi, mempertahankan, dan mengembangkan layanan pelanggan. Penerapan *CRM* yang baik dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan melalui peningkatan kualitas layanannya kepada para pelanggan.

PT. Bread Mart Indonesia adalah sebuah perusahaan yang menawarkan penjualan produk dan jasa. Di dalam penjualan produk, PT. Bread Mart

Indonesia menggunakan nama Puspita dimana toko ini menjual berbagai produk baik alat-alat maupun bahan-bahan pembuatan kue. Sedangkan di dalam penjualan jasa, PT. Bread Mart Indonesia menawarkan kursus pembuatan kue atau biasa disebut Puspita-Bogasari Baking Center (Puspita-BBC), yang dimana para pengajarnya merupakan orang-orang yang ahli di bidangnya. Pada kursus pembuatan kue ini, PT. Bread Mart Indonesia bekerja sama dengan Bogasari Indonesia.

Adapun masalah yang dihadapi dalam perusahaan ini yaitu proses pendaftaran kursus, kesulitan komunikasi antara murid dengan pengajar di luar sesi kursus, sulitnya pelanggan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan kegiatan Puspita-Bogasari Baking Center.

Untuk menjawab masalah yang terjadi maka salah satu solusi yang ditawarkan adalah membangun sebuah sistem *E-CRM* yang berguna untuk mengatasi beberapa masalah yang dihadapi oleh PT. Bread Mart Indonesia dan meningkatkan kualitas pelayanan serta memberikan kemudahan kepada para pelanggannya untuk melakukan setiap kegiatan dan pelayanan yang ditawarkan oleh PT. Bread Mart Indonesia.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penulisan adalah :

- Menganalisa sistem yang sedang berjalan di PUSPITA-BBC dan membangun sebuah sistem informasi untuk meningkatkan pelayanan perusahaan kepada pelanggan PUSPITA-BBC

- Membahas tentang perancangan sebuah sistem *CRM* berbasis *website*, untuk menangani dan mendukung kebutuhan-kebutuhan dalam aktivitas operasional perusahaan
- Merancang sebuah sistem *CRM* pada tempat kursus PUSPITA-BBC
- Aplikasi *CRM* yang dibuat merupakan aplikasi yang berisikan informasi yang berhubungan dengan kegiatan Puspita-BBC , dan yang dapat memfasilitasi para pelanggan dalam pelayanan secara *on-line*, seperti pendaftaran kursus paket membuat kue dan roti, konsultasi oleh pihak perusahaan, menyediakan layanan kuisisioner *on-line*, menyediakan saran&kritik yang bisa diisi oleh pelanggan untuk meningkatkan mutu pelayanan PT. Bread Mart Indonesia
- Membahas tentang *E-CRM* yang akan diterapkan oleh PT. Bread Mart Indonesia

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- Menganalisis kebutuhan *E-CRM* pada perusahaan
- Merancang sistem *E-CRM* sesuai dengan kebutuhan perusahaan
- Merancang interface *E-CRM* yang akan digunakan untuk PT. Bread Mart Indonesia

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari perusahaan PT. Bread Mart Indonesia antara lain :

- Memudahkan PT. Bread Mart Indonesia menyediakan informasi dan pelayanan yang dibutuhkan oleh para pelanggannya
- Membantu PT. Bread Mart Indonesia untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggannya
- Membantu PT. Bread Mart Indonesia untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan hasil polling yang dilakukan oleh pelanggan
- Menyediakan *website* yang *user-friendly* agar dapat digunakan dengan mudah oleh para pelanggan untuk menyampaikan saran & kritik, dan pertanyaan kepada pihak perusahaan
- Memberikan kemudahan bagi pelanggan dan *user* perusahaan dalam memproses, dan menyimpan pendaftaran pelanggan, serta memberi kemudahan bagi pelanggan yang ingin mendaftar kursus dan memesan produk pada perusahaan melalui *website*

1.4 Metodologi Penulisan

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini maka digunakan metode-metode sebagai berikut :

1.4.1 Metode Pengumpulan Data

1. Melakukan *survey* perusahaan
2. Melakukan wawancara ke pihak perusahaan

3. Melakukan pembagian kuisisioner ke para pelanggan baik pelanggan Puspita dan Puspita-BBC

1.4.2 Metode Analisis

Analisis sistem dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

- Melakukan *survey* ke perusahaan yang bersangkutan, serta melakukan wawancara dengan staf perusahaan dan pelanggan guna memperoleh gambaran umum tentang proses bisnis yang digunakan oleh perusahaan tersebut
- Menganalisis hasil *survey* dan wawancara untuk mengidentifikasi masalah dan mencari solusi masalah, serta menganalisis masalah yang akan datang
- Menganalisis hasil kuisisioner-kuisisioner yang telah dilakukan ke para pelanggan.

1.4.3 Metode Perancangan Sistem

Metode perancangan yang digunakan adalah *Rich Picture, Class Diagram, Use Case, Interface, Sequence, behavior* yang menggunakan metode *Object Oriented Analysis and Design* menurut Mathiassen (2000), dan *Activity Diagram* menurut Bennet (2006). Adapun alat bantu pemodelan sistem yang digunakan adalah *UML (Unified Modelling Language)*.

1.4.4 Metode Studi Kepustakaan

Mencari referensi dari buku-buku yang berhubungan dengan topik yang berhubungan dengan *E-CRM*, dan topic lain yang dapat membantu dalam penulisan skripsi ini, sumber didapatkan dari *internet*, perpustakaan dan dari pribadi.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulisan di bagi menjadi 5 BAB besar yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan, dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metodologi, serta sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bagian ini dijelaskan mengenai teori-teori yang mendukung penulisan Skripsi. Yaitu mengenai *internet*, metode analisis, *CRM*.

BAB 3 ANALISIS SISTEM BERJALAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai profil perusahaan, struktur organisasi, analisa sistem berjalan, permasalahan yang dihadapi, serta pemecahan masalah yang diusulkan untuk mengatasi masalah tersebut.

BAB 4 RANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN

Pada bagian ini dijelaskan mengenai perancangan sistem yang diusulkan dan kebutuhan sistem.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dimuat simpulan dan saran yang dapat dijadikan bahan perhitungan untuk pengembangan lebih lanjut.