

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, teknologi informasi dan sistem informasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kedua aspek ini bekerja untuk saling mendukung dan memberikan perannya dalam mendukung kemajuan bisnis dan meningkatkan kinerja operasional perusahaan dalam kelangsungan proses bisnis sehari-hari.

Sesuai dengan visi dan misi perusahaan untuk dapat terus mengembangkan kegiatan perusahaannya, mereka terus melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun jasa yang dihasilkan. Inovasi merupakan hal penting dalam keunggulan daya saing sebuah perusahaan. Kepentingan memiliki produk atau jasa yang inovatif dan bermanfaat serta memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan hal yang perlu dicapai perusahaan penyedia jasa IT atau *IT Consultant*. Pemenuhan produk yang inovatif tidak terlepas dari pengetahuan internal atau karyawan perusahaan tersebut, hal demikian dikarenakan pengetahuan internal atau karyawan perusahaan merupakan faktor penting dalam penciptaan produk atau jasa IT yang inovatif dan bermanfaat serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun dengan adanya proses dan fungsi-fungsi bisnis yang kompleks, perusahaan memerlukan sistem informasi yang dapat mengintegrasikan informasi secara *real time* sehingga dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kinerja operasional perusahaan.

Keberhasilan penjualan sebuah perusahaan dipengaruhi salah satunya oleh loyalitas pelanggannya. Bersamaan didukung dengan era teknologi seperti saat ini setiap perusahaan baiknya harus membuka diri dan dapat memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya untuk dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional bisnis perusahaan dalam hal ini adalah penjualan. Dengan pemikiran tersebut maka terdapat sebuah konsep *Customer Relationship Management (CRM)* yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. *CRM (Customer Relationship Management)* merupakan kombinasi kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan perusahaan menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. *SADIX* merupakan aplikasi yang

digunakan oleh CV Tiara Mas untuk mendukung bisnis proses yang sedang berjalan saat ini. GIS yang diintegrasikan ke dalam SADIX telah membawa aktivitas penjualan dan distribusi level berikutnya. SADIX dapat menampilkan semua informasi yang terkumpul langsung ke layar, menghubungkan semua sales yang ada di lapangan dengan kantor pusat secara *realtime*, sehingga pekerjaan untuk memantau seluruh aktivitas operasional menjadi lebih mudah dan efektif. SADIX ini dirancang untuk membantu bagian pemasaran dan penjualan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, menggunakan pengolahan data pelanggan untuk memberikan keuntungan dalam aktivitas penjualan.

CV Tiara Mas yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian produk pertanian, alat pertanian dan benih. CV Tiara Mas mengalami keterbatasan dalam hal memantau aktivitas *salesman* yang ada dilapangan. Hal ini terjadi karena sering ditemukan beberapa pelanggaran yang dilakukan oleh *salesman* diantaranya seperti jam kunjungan yang tidak teratur, jadwal kunjungan ke pelanggan yang tidak terstruktur, jadwal penagihan ke pelanggan dan informasi terkait stok yang tersedia di gudang. Akibat dari pelanggaran ini, membuat penjualan CV Tiara Mas tidak mengalami peningkatan dan tentu perlu suatu sistem yang mampu membuat jadwal kunjungan serta semua aktivitas *salesman* di lapangan dapat terekam kedalam sistem sehingga manajemen dapat memantau dan menganalisis bagaimana kinerja *salesman* secara harian.

Untuk memenuhi kebutuhan perusahaan, diperlukan studi untuk melihat status kelayakan dari rencana implementasi sistem perusahaan. Studi kelayakan adalah studi awal untuk merumuskan informasi yang dibutuhkan oleh pemakai akhir, kebutuhan sumber daya, biaya, manfaat, dan kelayakan proyek yang diusulkan (Nurlina, 2013). Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan analisis dengan judul **“ANALISIS DAN EVALUASI SADIX TERHADAP KINERJA SALESMAN CV TIARA MAS”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian di atas, penelitian ini akan berfokus pada aplikasi SADIX terhadap kinerja *salesman* CV Tiara Mas. Untuk itu rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah aplikasi SADIX dapat meningkatkan kinerja *salesman*?

2. Apakah fitur yang sudah ada di SADIX sudah memenuhi kebutuhan perusahaan?
3. Apakah *salesman* sudah menggunakan aplikasi SADIX dengan benar?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Batasan-batasan yang akan dibahas antara lain:

1. Penelitian ini membahas *Customer Relationship Management* dengan tipe *Operational CRM* yang hanya berfokus pada SADIX.
2. Fitur yang dibahas dalam SADIX berguna untuk mengotomatisasi penjualan hanya antara *salesman* ke pelanggan.
3. Sistem ini dikembangkan sepenuhnya oleh pihak *developer* eksternal perusahaan.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis proses berjalan yang dilakukan di aplikasi SADIX.
2. Melakukan evaluasi dan memberikan usulan perbaikan SADIX yang dapat meningkatkan performa serta memenuhi apa yang menjadi kebutuhan penjualan.

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Memiliki sistem SADIX yang berjalan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
2. Mengetahui dan memantau kinerja *salesman*.

1.5. Metodologi

1.5.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder, berikut penjelasannya:

- a. Studi Literatur

Pengumpulan data dengan mencari sumber-sumber informasi baik dari buku-buku, maupun sumber-sumber lain dari internet yang berkaitan dan juga mencari referensi lain di perpustakaan.

- b. Observasi

Suatu cara untuk mendapatkan data dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung di instansi tempat penelitian dilakukan

yakni di CV Tiara Mas, kemudian hasil dari pengamatan tersebut di catat dan di analisis lebih lanjut.

c. Wawancara

Suatu proses untuk memperoleh keterangan untuk bertujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan narasumber terkait.

1.5.2. Metodologi Analisis

Sesuai dengan topik yang diambil yaitu *IS Strategic*, maka peneliti akan menganalisis proses bisnis yang terjadi saat ini untuk kemudian ditransformasikan menuju proses bisnis baru yang diharapkan. Karakteristik dari proses analisis ini adalah:

1. Proses analisis ini menggunakan metode *Fit/Gap Analysis*.
2. Proses analisis ini menggunakan data sekunder yang diambil dari CV Tiara Mas.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1: Pendahuluan

Bab ini akan menjelaskan pemikiran-pemikiran yang mendasari penulis dalam melakukan penelitian ini. Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2: Landasan Teori

Bab ini menjelaskan tentang pengertian analisis sistem, pengertian evaluasi, metode analisis, pengertian flowchart, pengertian CRM dan aplikasi SADIX serta kerangka pikir.

BAB 3: Analisis Sistem Berjalan

Bab ini terdiri dari sejarah perusahaan, penjelasan mengenai sistem berjalan sekarang ini, flowchart dan diagram pendukung.

BAB 4: Hasil dan Bahasan

Pada bab ini peneliti akan memberikan hasil pengamatan dan analisis

temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian ini untuk memberikan kejelasan yang dapat berupa detil dari rancangan dan usulan, produk, sistem, strategi, model, hasil evaluasi pengendalian SI dan dapat ditampilkan dalam bentuk tabel, grafik dan gambar, dilanjutkan dengan penyajian hasil yang sesuai dengan bahasan.

BAB 5: Simpulan dan Saran

Dalam bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bersamaan dengan saran-saran serta perbaikan untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai alat bantu untuk penelitian selanjutnya berkaitan dalam membahas aplikasi SADIX.

