

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini teknologi dan sistem informasi sangat berkembang pesat di dunia, baik di kalangan Nasional maupun Internasional. Teknologi dan Informasi pada saat ini menjadi sangat dibutuhkan bagi semua masyarakat serta perusahaan untuk menjalani aktivitas dan pekerjaan sehari-hari, jika teknologi tidak ada ataupun tidak dikembangkan, maka masyarakat akan sulit mendapatkan informasi yang cepat, tepat dan akurat. Tidak hanya dikalangan masyarakat, tetapi di setiap perusahaan juga akan sulit menjual atau memasarkan produk yang telah diproduksi. Dengan adanya bantuan dari teknologi yang canggih, maka informasi akan lebih mudah di dapatkan. Bagi perusahaan yang di dukung dengan sistem informasi yang baik, akan membantu perusahaan untuk mendapatkan omset atau keuntungan serta mampu mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada seluruh customer dari berbagai kalangan.

Akhir-akhir ini, masyarakat mulai diakrabkan dengan adanya berbagai *website* yang menjual berbagai macam produk. *Website* merupakan salah satu media informasi yang cukup efektif dengan di dukung adanya jaringan *internet*. Hal ini dikarenakan *internet* itu sendiri dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Oleh sebab itu, mulai banyaknya perusahaan yang menggunakan *website* menjadi salah satu media promosi, penjualan atau pemasaran produk yang diproduksi oleh perusahaannya. Tidak jarang banyak kita temui *website-website* dengan berbagai tampilan dan desain yang menarik. Dengan semakin berkembangnya dunia penjualan melalui *website*, maka akan semakin mempermudah customer untuk mengetahui informasi tentang produk dan mengefisienkan waktu berbelanja hanya dengan memanfaatkan jaringan *internet* dan mengakses *website*.

Selain karena fungsinya yang cukup banyak, pembuatan *website* ini diharapkan bisa menjadi pilihan alternatif bagi perusahaan dalam melakukan penjualan dikarenakan harganya yang relatif terjangkau atau tidak terlalu mahal dibandingkan dengan pemasaran atau penjualan dengan menggunakan jasa *sales promotion*, menyebar brosur ataupun memasang iklan melalui media cetak maupun media elektronik, seperti koran, televisi, spanduk, dll yang setiap waktu harus selalu diperbarui dan membutuhkan pengeluaran biaya promosi atau penjualan yang

berkali-kali. Berbeda dengan *website*, dimana jika suatu saat perusahaan ingin melakukan perubahan promosi, perusahaan tersebut hanya perlu masuk ke dalam *Control Management System (CMS)* yang ada pada *website* tersebut tanpa perlu membuang waktu terlalu lama dan mengeluarkan dana yang terlalu mahal. Hal tersebut tentu sangat membantu perusahaan dalam mempermudah peluasan pasar, peningkatan promosi dan penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis membuat sebuah aplikasi berbasis *web*, sebagai ajang pemberian informasi bagi customer atau yang disebut dengan *Customer Knowledge Management* bagi perusahaan PT. Gracia Indo Ekspres. Adapun program yang penulis buat berjudul **“Perancangan dan Implementasi Customer Knowledge Management pada PT. Gracia Indo Ekspres Berbasis Web”**.

## **1.2. Ruang Lingkup**

Mengingat luasnya cakupan dalam bidang teknologi, maka pembahasan ruang lingkup pada penulisan ini, yaitu :

1. Pembuatan *website* yang menyediakan informasi lengkap mengenai perusahaan kepada customer.
2. Penyusunan skripsi ini difokuskan pada *Customer Knowledge Management*.
3. Menyediakan tampilan berupa website yang membantu perusahaan untuk melayani customer.
4. Penulis hanya merancang dan mengimplementasikan sistem kepada perusahaan untuk nantinya dikembangkan atau disesuaikan dengan proses bisnis yang berjalan oleh tim IT dari perusahaan tersebut sebagai website resmi dari PT. Gracia Indo Ekspres.

### **1.3. Tujuan dan Manfaat**

#### **1.3.1. Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini, adalah sebagai berikut :

1. Merancang dan membangun *customer knowledge management* pada PT. Gracia Indo Ekspres sebagai media penghubung antara perusahaan dengan customer.
2. Membuat customer lebih mudah mendapatkan informasi yang lengkap mengenai perusahaan.
3. Membuat aplikasi berbasis website sebagai wadah untuk menampung ide, saran dan kritik dari customer.

#### **1.3.2. Manfaat**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh perusahaan, penulis, customer dengan menerapkan *Customer Knowledge Management*, yaitu :

##### **1. Bagi Perusahaan**

###### **• Mempermudah Pendistribusian Informasi**

Dengan memiliki *website customer knowledge management*, perusahaan dapat memperluas informasi mengenai perusahaan secara lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan pemasangan iklan melalui media cetak, seperti brosur, iklan dikoran maupun spanduk. Dengan adanya *website customer knowledge management*, akan mempermudah customer untuk mencari informasi dasar mengenai profil perusahaan, lokasi, kontak perusahaan yang bisa dihubungi, dan pelayanan-pelayanan yang diberikan perusahaan.

###### **• Memperluas Pangsa Pasar**

Informasi yang disebarakan melalui media *internet* berpeluang besar untuk dapat dibaca oleh banyak orang, dimana hanya dengan satu kata kunci atau *keyword* bisa menggiring pengguna *internet* dari belahan dunia manapun untuk masuk ke *website* perusahaan.

- **Menciptakan *Knowledge Sharing***

Dengan adanya *website customer knowledge management*, perusahaan bisa mendapatkan ide dari customer yang diharapkan dapat menjadi acuan untuk memperbaharui kinerja dalam memajukan perusahaan serta dapat menjadi sarana media komunikasi dan berbagi pengetahuan dengan customer.

## **2. Bagi Penulis**

Penulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan dibidang sistem informasi khususnya menyangkut *customer knowledge management* yang merupakan suatu bentuk pengembangan terhadap hubungan customer dengan perusahaan.

## **3. Bagi Customer**

Penulisan ini diharapkan dapat membantu customer dalam menyalurkan kritik dan saran mengenai produk/jasa dari perusahaan agar customer dapat membantu perusahaan untuk berinovasi terhadap produk/jasa, serta dapat menambah pengetahuan customer terhadap produk/jasa yang tersedia di perusahaan.

## **1.4. Metodologi**

### **1.4.1. Metode Analisis**

Agar analisis dan perancangan sesuai dengan metode-metode yang dapat dipahami, maka penulis menggunakan analisis Model CKM. Dari model CKM tersebut dapat dibuat pembangunan fitur pada sistem yang diusulkan dengan menggunakan *knowledge taxonomy* dan berdasarkan jenis pada *customer knowledge*.

### 1.4.2. Metode Diagram

Satzinger, J. W., Jackson, R.B., & Bird, S.D. (2010), melalui *Unified Modelling Language* dengan tahapan sebagai berikut:

- Merancang menggunakan *Activity Diagram*.
- Merancang menggunakan *Event Table*.
- Merancang menggunakan *Usecase diagram*.
- Merancang menggunakan *Usecase Description*.
- Merancang menggunakan *System Sequence diagram*.
- Merancang menggunakan *State Machine diagram*.
- *Deployment Environment* dan *Software Architecture*.
- Merancang menggunakan *Multilayer Sequence diagram*.
- Menampilkan *User Interface*.
- Merancang *Package diagram*.
- Merancang *Design Database*.

### 1.4.3. Metode Perancangan

Kami menggunakan metode perancangan SDLC (*System Development Life Cycle*) dalam pembuatan sistem website ini. Sistem ini dibagi menjadi empat bagian yaitu :

1. Analisis
2. Perancangan
3. Penerapan
4. Pemeliharaan

### 1.4.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam setiap kegiatan penelitian selalu ada kegiatan pengumpulan data. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini kami menggunakan metode wawancara terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara yang dilakukan meliputi identifikasi masalah yang ada di PT. Gracia Indo Ekspres. Keuntungan menggunakan metode ini adalah mampu mendapatkan jawaban yang berkualitas.

### 1.4.5. Studi Pustaka

Studi pustaka ini dilakukan melalui pencarian menurut para ahli dengan menggunakan sarana internet, atau panduan-panduan yang didapat dari perpustakaan.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar terbagi menjadi 5 bagian, sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis membahas mengenai hal-hal bersifat umum hingga menuju topik yang berhubungan dengan proyek. Bab pendahuluan berisikan latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metodologi mencakup metodologi analisis dan metodologi perancangan.

#### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini, membahas beberapa teori umum dan teori khusus serta kerangka pikir. Teori umum berisikan beberapa materi yang berhubungan dengan CKM, Teori khusus berkaitan dengan perancangan sistem. Serta terdapat kerangka pikir yang menjelaskan mengenai urutan pemikiran.

#### **BAB 3 ANALISIS SISTEM BERJALAN**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan tentang PT. Gracia Indo Ekspres dari mulai sejarah perusahaan, struktur organisasi dan tugas masing-masing jabatan yang terkait, proses bisnis sistem berjalan, masalah yang ada dalam perusahaan tersebut dan juga usulan pemecahan masalah.

#### **BAB 4 PERANCANGAN SISTEM**

Dalam bab ini akan membahas tentang rancangan sistem informasi yang akan dibangun oleh kelompok kami. Dimulai dari rancangan sistem informasi berdasarkan metodologi yang dibahas sebelumnya.

#### **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dan saran dari hasil perancangan aplikasi CKM. Simpulan menjawab masalah yang telah di jelaskan dan saran berisi pengembangan selanjutnya mengenai hasil perancangan.