# BAB 1
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini baja merupakan bahan yang cukup diminati. Namun baja tidaklah dengan mudah dapat diperoleh, tidak hanya itu pengelolahan bajapun cukup rumit mengingat banyaknya kegunaan logam ini. Salah satu kegunaan baja adalah dapat dibuat menjadi baja olahan yang berikutnya baja olahan tersebut dapat digunakan menjadi beragam produk seperti rangka mobil, rangka jembatan dan jalan raya, serta rangka bangunan, membuat baja olahan menjadi sangat populer.

Baja olahan merupakan baja yang diproses disebuah perusahaan dimana pelanggan/client yang tertarik untuk memesan dapat sesuai spesifikasi yang diinginkan, namun tetap saja spesifikasi yang diinginkan pelanggan masih terlebih dahulu ditinjau dikarenakan mesin yang memproses baja tersebut memiliki keterbatasan.

Dikarenakan tingginya permintaan terhadap baja olahan ini maka tidak heran banyak sekali perusahaan bermunculan dan menawarkan produknya kepada pelanggan/client. Banyaknya perusahaan bermunculan mengakibatkan lingkungan bersaing terhadap sesama produsen baja olahan ini. Setiap perusahaan berusaha untuk menawarkan produk dan keunggulan yang dimiliki perusahaan mulai dari kualitas produksi masal yang baik, penawaran harga yang menarik hingga pelayanan terhadap pelanggan juga menjadi fokus utama perusahaan yang bergerak dibidang olahan baja ini.

Untuk dapat terus bersaing, maka perusahaan terus membuat inovasi, seperti pelayanan kepada pelanggan. PT. ISTW(Indonesia Steel Tube Works) merupakan salah satu produsen baja olahan yang ada di Indonesia yang memproduksi baja olahan dari tahun 1971. Perusahaan ini terus berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan/client namun banyaknya pesaing yang bermunculan membuat perusahaan ini harus memberikan nilai terhadap produknya kepada pelanggan. Salah satunya adalah pelayanan terhadap pelanggan.

Seiring dengan perkembangan waktu, perusahaan mulai menyadari bahwa pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang tidak terlepas dari pencapaian tujuan utama perusahaan. Oleh karena itu, banyak perusahaan berusaha semaksimal

mungkin merebut perhatian dan minat pelanggan terhadap perusahaan . Salah satu cara perusahaan untuk merebut perhatian dan minat pelanggan adalah dengan membangun dan mengelola hubungan jangka panjang.

Kegiatan perusahaan dalam mengelola hubungan jangka panjang dengan pelanggan biasa disebut dengan *Customer Relationship Management.* Didalam CRM, perusahaan tidak hanya mengelola hubungan dengan pelanggan namun secara aktif memberikan penawaran dan kemudahan dalam bertransaksi. Tidak hanya itu, perusahaan juga mampu memberikan informasi yang signifikan sehingga pelanggan merasa nyaman terhadap pelayanan perusahaan tersebut.

Pendekatan secara *online* dengan teknologi *Internet* pada strategi bisnis *Customer Relationship Management* dinamakan *Electronic Customer Relationship Management* atau yang biasa disingkat E-CRM. Menurut (Hashemi, 2012, p. 519), e-CRM merupakan sebuah manajemen pelanggan untuk *e-business* yang harus menghadapai kompleksitas dari pelanggan dan mitra bisnis yang berpengalaman dengan menggunakan berbagai media termasuk : media *online* dan *offline, personal contact,* dan bentuk komunikasi yang terotomatisasi lainya. Pada PT. ISTW hubungan dengan pelanggan masih sangat lemah sehingga perusahaan tidak memiliki strategi tertentu untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan. Tidak hanya itu pelayanan kepada pelanggan yang masih secara konvensional membuat perusahaan sulit untuk membuat keputusan dalam menanggapi keluhan pelanggan.

Banyaknya pesaing, tingginya lingkungan bersaing serta banyaknya keunggulan bersaing yang ditawarkan oleh pesaing, dan tidak adanya pengelolaan hubungan dengan pelanggan menjadi dasar yang penelitian ini dilakukan. Dengan menggunakan E-CRM(Electronic Customer Relationship Management) diharapkan PT. ISTW dapat meningkatkan hubungan terhadap pelangganya sehingga menciptakan nilai tersendiri bagi pelanggan dan dapat meningkatkan keunggulan bersaing terhadap pesaing lainya. Oleh karena itu maka penelitian ini diberi judul **Analisa dan Perancangan E-CRM.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas pada penulisan ini adalah :

1. Apa saja yang menjadi masalah dari perusahaan PT. Indonesia Steel Tube Works.
2. Apakah perusahaan ini memiliki sistem CRM saat ini?

3. Apakah perusahaan sudah menerapkan sistem CRM dengan baik saat ini?
4. Bagaimana penanganan pelanggan saat ini?
5. Apa kekurangan penanganan pelanggan saat ini?
6. Bagaimana menganalisi sistem yang sedang berjalan dengan menggunakan *flow chart?*
7. Bagaimana perancangan sistem e-CRM dengan menggunakan metode OOAD?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Analisa masalah yang ada pada struktur dan tugas fungsi PT. ISTW.
2. Memberikan Solusi yang tepat untuk masalah yang ada pada perusahaan.
3. Membuat usulan struktur dan tugas fungsi PT. ISTW.
4. Merancang sistem E-CRM untuk PT. ISTW.

## 1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian dibatasi oleh beberapa hal :

Ada 2 kantor pada perusahaan ISTW yang pertama terletak di Jakarta dan dan yang kedua terletak di semarang. Tapi penelitian ini hanya akan dilakukan di PT. ISTW -2 yang berada di Jl. Pulosidik Kavling R. 19-22 Kawasan Industri Pulogadung Jakarta.

1. Penelitian ini akan membahas produk perusahaan yaitu baja potongan*/Steel Tube.*
2. Penelitian ini akan membuat perancangan sistem E-CRM yang dapat digunakan menganalisa pelanggan.
3. Penelitian ini akan membahas mengenai perancangan sistem E-CRM yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
4. Penelitian ini akan membahas mengenai proses transaksi penjualan kepada pelanggan termasuk informasi mengenai arus produk yang dipesan (*Customer-centered services*). Tidak mencakup proses transaksi ke pemasok dan proses produksi setiap jenis produk.
5. Perancangan sistem CRM yang cocok untuk *back office* dan *front office.*

## 1.5 Metodologi

Metodology yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode pengumpulan yang terdiri dari :
   a. Studi pustaka yang bertujuan untuk memberikan solusi strategi yang tepat bagi perusahaan.
   b. Studi Dokumen yang bertujuan untuk menganalisis proses bisnis saat ini.
   c. Wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan data lingkungan internal dan eksternal perusahaan serta kegiatan transaksi terhadap pelanggan.
2. Metode analisis data didalam penelitian ini akan menggunakan metode :
   a. *Critical Success Factor* yang bertujuan untuk menentukan apakah PT. ISTW memiliki masalah di dalam Struktur dan Tugas Fungsi.
   b. *Value Chain*
3. Untuk metode perancangan, penelitian ini menggunakan perancangan berbasis objek/*Object Oriented Analysis and Design* yang bersumber dari buku *Object-Oriented Analysis and Design with the Unified Process* yang di tulis oleh John w. Satzinger, Robert B. Jackson dan Stephen D. Metode ini bertujuan untuk merancang Sistem yang sesuai dengan solusi yang telah didapat.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 membahas mengenai latar belakang dan metode penelitian.

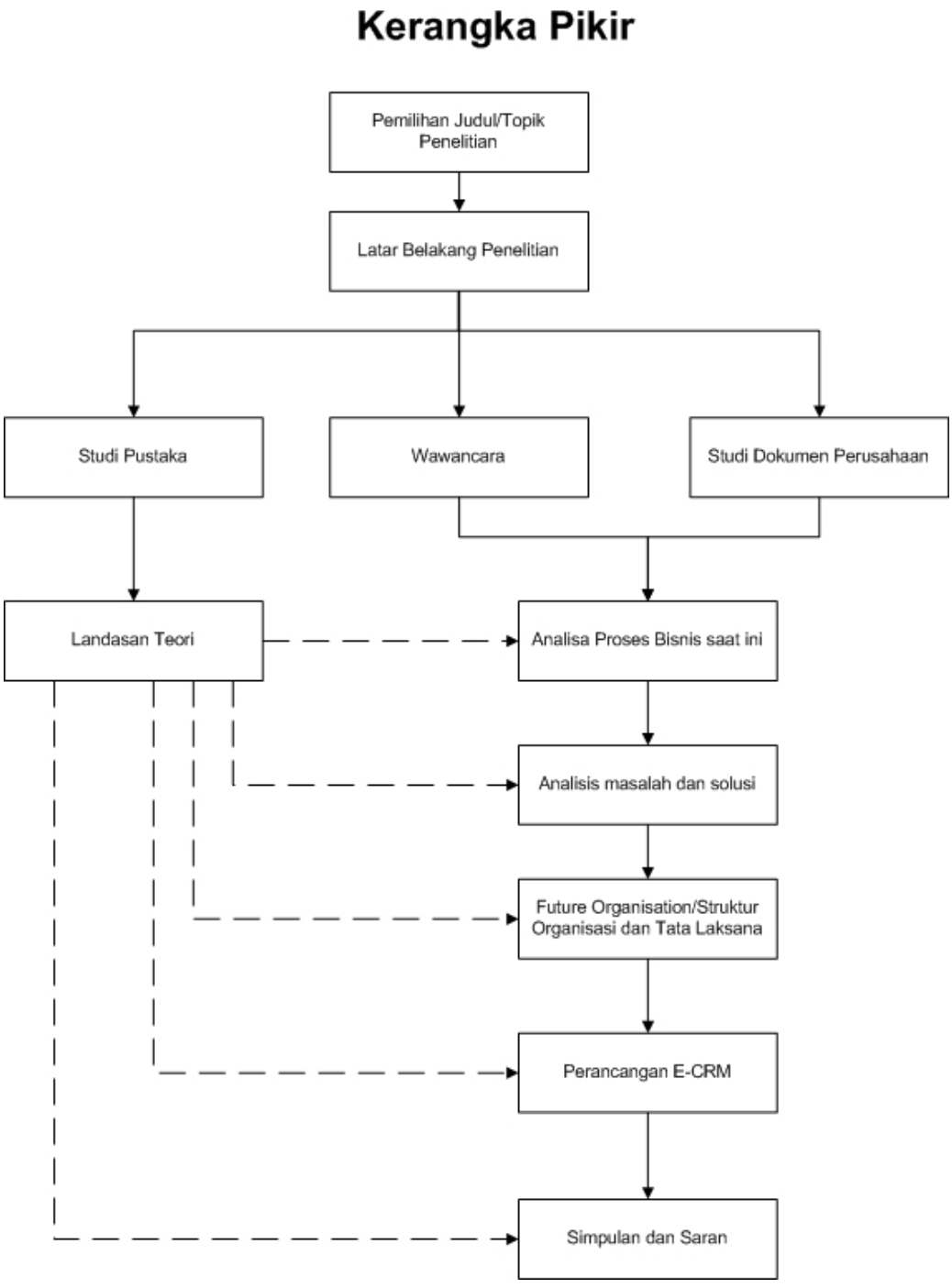
Bab 2 membahas hasil dari studi pustaka dan landasan teori.

Bab 3 membahas mengenai Proses bisnis, Struktur Organisasi, dan Analisa Perusahaan dan pelanggan.

Bab 4 membahas mengenai Usulan dan rancangan terhadap perusahaan.

Bab 5 membahas mengenai Saran dan Kesimpulan.

## 1.7 Kerangka Pikir




Gambar **Error! No text of specified style in document.**.1 Kerangka Pikir