

BAB I

PENDAHULUAN

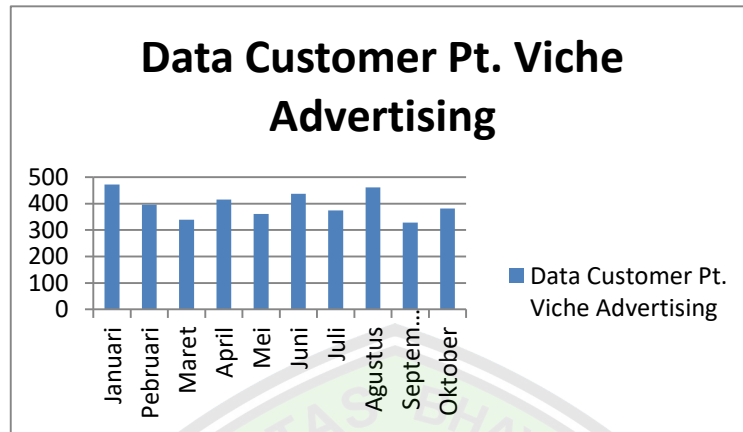
1.1. Latar Belakang

Persaingan usaha yang ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat sekarang ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target pasar yang ditujunya dan tingkat kualitas produk atau jasanya. Selain itu, faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah pelayanan yang mampu diberikan kepada pelanggan. Beberapa riset yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan dari pada menarik pelanggan baru.

Konsep *Customer Relationship Management (CRM)* sudah berkembang sejak beberapa tahun terakhir sebagai akibat meningkatnya kompetisi dan tuntutan pelanggan akan pelayanan yang lebih baik dan perhatian lebih besar terhadap kebutuhan individual pelanggan. *Customer Relationship Management* merupakan integrasi antara teknologi informasi dan pemasaran, dimana dengan memanfaatkan *CRM*, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggan.

PT Viche Advertising adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *Document Solution*, *Digital Printing*, dan Percetakan yang akan selalu bekerjasama dengan perusahaan sejenis untuk meningkatkan mutu hasil produksi. Membantu perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kualitas *Packaging & Print* mereka dalam meningkatkan efisiensi dan promosi perusahaan agar bisa bersaing di dunia bisnis di Indonesia. Produk dan jasa PT Viche Advertising mempunyai kualitas premium yang didukung oleh sumberdaya manusia dan

teknologi yang berkualitas tinggi. Pelayanan terbaik, jujur dan tulus bagi customer untuk tetap menjadi pelanggan setia PT Viche Advertising.



Gambar 1.1 Data Diagram Customer PT Viche Advertising Tahun 2017

Sumber : PT Viche Advertising

Berdasarkan diagram diatas, pelanggan PT Viche Advertising cukup banyak perbulannya. Maka sangat dibutuhkan sistem *customer relationship management* berbasis *short message service* agar pelanggan lebih mudah dalam menyampaikan keluhan terhadap produk yang diterima pelanggan dari perusahaan.

Short Message Service (SMS) merupakan cara berkomunikasi melalui sebuah ponsel atau perangkat lainnya untuk mengirim atau menerima pesan – pesan pendek. Layanan sms menggunakan kanal atau jalur teks dalam proses penyampainnya. Sehingga meskipun sang penerima SMS sedang melakukan kegiatan pembicaraan dengan handphonenya, SMS yang masuk tetap dapat diterima. Sistem informasi *Short Message Service (SMS)* kini telah merambah keberbagai bidang, salah satunya didalam bidang perusahaan. Begitu juga dengan kebutuhan pelayanan informasi saat ini pada PT Viche Advertising. Sering kali tidak sesuai dan tidak terealisasi dengan benar karena keterbatasan akses informasi yang tidak *update* dari admin terhadap informasi promosi produk, tidak tersedianya teknologi untuk penyampaian informasi produk dengan tersistem dan dihubungkan melalui telepon seluler menggunakan *Short Message Service (SMS)*.

Perusahaan saat ini memiliki web namun belum menerapkan konsep *CRM*. Sulit menginformasikan mengenai produk perusahaan yang diadakan dalam upaya

mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru. Perusahaan belum mempunyai media interaksi secara online, penyampaian keluhan tidak dapat dilakukan selama 24 jam. Pelanggan harus datang ke perusahaan untuk mengetahui produk perusahaan. Sulit dalam mengelola data pelanggan yang potensial, loyal terhadap perusahaan dan Sulit berinteraksi dengan pelanggan jika sedang tidak melakukan transaksi.

Berdasarkan permasalahan - permasalahan tersebut maka penulis memiliki sebuah ide untuk mengembangkan sistem yang lebih baik, dengan judul yang akan diangkat “**Perancangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) dengan menggunakan Teknologi Short Message Service** (Studi kasus PT Viche Advertising).”

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengidentifikasi masalah pada Perancangan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* dengan menggunakan *Teknologi Short Message Service* sebagai berikut :

1. Di perusahaan Viche Advertising sudah mempunyai web akan tetapi belum menerapkan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*.
2. Perusahaan yang belum mempunyai media interaksi secara *online*.
3. Penyampaian keluhan tidak dapat dilakukan selama 24 jam.
4. Pelanggan harus datang ke perusahaan untuk mengetahui promosi produk perusahaan.
5. Sulit dalam mengelola data pelanggan yang potensial dan loyal terhadap perusahaan.
6. Belum adanya sistem *Short Message Service* untuk pelanggan menyampaikan keluhan.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah yang diambil dari permasalahan dalam penulisan ini adalah “Bagaimana merancang sistem informasi *customer relationship manajement (CRM)* dengan menggunakan teknologi *short meesage service* pada

PT. Viche Adverting Kota Harapan Indah untuk memudahkan pelanggan dalam menyampaikan berbagai keluhan dari berbagai barang yang dipesannya.. ”

1.4. Batasan Masalah

Agar masalah yang dikerjakan dalam penelitian ini terarah dan mencapai sasaran yang telah ditentukan, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mencakup proses keluhan pelanggan, pemasaran dan promosi produk perusahaan.
2. Membangun sistem berbasis web menggunakan sistem short message service untuk menyampaikan keluhan pelanggan dan hanya membahas sistem keluhan pelanggan.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memudahkan Manajemen dalam menentukan langkah dalam memberikan respon yang cepat dan akurat.
2. Merancang sistem informasi *customer relationship manajement* pada PT. Viche Advertising Kota Harapan Indah.
3. Sebagai alat bantu Perusahaan untuk lebih mengetahui apa kekurangan pelayanan perusahaan PT. Viche Advertising Kota Harapan Indah agar menjadi lebih baik dalam segala aspek.

1.6. Manfaat Penelitian

Menghasilkan sistem yang menggunakan *Short Message Service (SMS)* sehingga bisa memudahkan pihak instansi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan, serta memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi dari pihak perusahaan.

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Dapat mengenal lebih jauh tentang *Customer Relationship Management* dalam penggunaannya dilingkup perusahaan.
2. Dapat memberikan kemudahan keluhan pelanggan dengan sistem *Customer Relationship Management (E-CRM)* di perusahaan tersebut.
3. Memperoleh keterampilan dalam merancang sebuah sistem informasi untuk kedekatan pelanggan terhadap perusahaan secara online

1.7. Pemilihan Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan di PT Viche Advertising dengan beberapa pertimbangan. *Pertama*, PT Viche Advertising adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan. PT Viche Advertising sering sekali mendapatkan keluhan dari pelanggan. Hal ini sangat dibutuhkan tempat untuk menyalurkan keluhan pelanggan yang mudah.

1.8. Metodologi Penelitian

Agar terciptanya tujuan dan manfaat yang diinginkan, perlu dilakukan serangkaian kegiatan penelitian dalam upaya memperoleh data dan teori-teori yang tepat dan akurat dalam pembuatan Proposal Skripsi ini, penulis melakukan penerapan beberapa metode, yaitu :

A. Metode Kepustakaan

Pada metode kepustakaan dilakukan pencarian dan pengumpulan data berdasarkan sumber internet, buku-buku referensi, ataupun sumber-sumber lain yang diperlukan untuk merancang dan mengimplementasikan aplikasi yang akan dibuat.

B. Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh penulis adalah meyakinkan data yang diperoleh akurat. Dalam pengumpulan data tersebut penulis mewawancarai bagian umum dan yang terkait didalamnya. Untuk mengetahui apa dan bagaimana dari kegiatan pengolahan data tersebut serta kemampuan memberi informasi yang tepat dan jelas.

C. Observasi

Observasi yang dilakukan penulis adalah untuk mengamati dan mengetahui secara langsung jalannya sistem yang sedang berjalan saat itu dan proses kerja dari tugas masing-masing serta melihat format-format laporan dalam perusahaan tersebut yang di gunakan saat itu.

1.9. Perancangan

Melakukan perancangan sistem informasi yang akan dikembangkan. Perancangan yang dilakukan meliputi perancangan arsitektur database, sistem informasi, dan *Short Message Service (SMS)*.

1.10. Implementasi Customer Relationship Management

Melakukan pembangunan sistem informasi yang telah dirancang berdasarkan sistem *Customer Relationship Management*.

1.11. Pengujian dan Evaluasi

Melakukan pengujian sistem informasi yang telah dikembangkan, dan kemudian mengevaluasi performansi yang didapatkan. Tujuan pengujian adalah untuk mengetahui segala bentuk kesalahan sistem yang masih mungkin terjadi. Sehingga dari hasil pengujian kita dapat melakukan revisi untuk kesalahan yang terjadi. Sehingga sistem mempunyai fungsi yang sesuai dengan permintaan, dan dapat digunakan dengan baik.

1.12. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini mempunyai sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai perkembangan teknologi yang sedang berkembang, serta akan membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penulisan, metode

penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang pembahasan secara singkat mengenai teori yang berkaitan dengan pembuatan Perancangan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* dengan menggunakan *Teknologi Short Message Service* (Studi kasus PT Viche Advertising).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang analisa kebutuhan, identifikasi dan analisa kebutuhan pemakaian, perencanaan *Perancangan Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* dengan menggunakan *Teknologi Short Message Service*.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM DAN IMPLEMENTASI

Dalam bab ini menjelaskan tentang proses perancangan tampilan sistem informasi, implementasi, spesifikasi yang digunakan dalam Perancangan *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)* dengan menggunakan *Teknologi Short Message Service* tersebut.

BAB V PENUTUP

Diakhir bab ini berisi mengenai kesimpulan dan penelitian serta saran yang berhubungan dengan penyusunan skripsi.