

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi Informasi merupakan salah satu alat yang dipergunakan para manajer untuk dapat mengatasi perubahan yang terjadi. Dalam hal ini perubahan yang dimaksudkan merupakan perubahan informasi yang sudah di proses dan dilakukan penyimpanan sebelumnya di dalam komputer (Kenneth C. Loudon, 2004). Persaingan usaha yang ketat ini mengharuskan perusahaan untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan kearah 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 Deandra Tenda saat ini membuat perusahaan harus menyadari dengan cermat target pasar yang ditujunya dan tingkat kualitas produk dan jasanya. Selain itu, faktor yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah tingkat *value* yang mampu diberikan kepada pelanggan dan cara memperlakukan pelanggan dari hari ke hari. Beberapa riset yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa dalam strategi bisnis mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan dari pada menarik pelanggan baru (Kotler, 2007).

Deandra Tenda merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang penyewaan tenda untuk acara resmi seperti pernikahan, khitanan, lamaran, dll. Sistem yang dibutuhkan pada perusahaan deandra tenda yaitu pada bidang pelayanan terhadap pelanggan. Dengan adanya sistem informasi *customer relationship management* secara *online* perusahaan dapat dengan mudah menjalin

komunikasi yang baik dan berkesinambungan antara perusahaan dan pelanggan, pelanggan dapat memberikan kritik serta saran terhadap perusahaan deandra tenda.

Deandra tenda memiliki aktifitas dan strategi khusus yang menangani keluhan pelanggan, penanganan keluhan penyewaan tenda dilakukan secara konvensional dengan cara pelanggan memberikan informasi mengenai keluhan atau masalah yang terjadi kepada admin bagian pelayanan, baik datang langsung ke kantor maupun melalui telepon, kemudian admin bagian pelayanan mencatat keluhan dari setiap pelanggan tersebut kedalam buku keluhan pelanggan, yang mana setiap minggunya dilakukan penilaian terhadap kinerja ataupun pelayanan pegawai terhadap pelanggan, yang kemudian perusahaan dapat mengetahui hal apa saja yang perlu diperbaiki untuk kemajuan perusahaan.

Oleh karena itu, seiring berkembangnya teknologi informasi, maka perlu diterapkan suatu strategi yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dan meningkatkan *customer support*, yang dapat menunjang dalam pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep manajemen hubungan pelanggan atau *customer relationship management* (O'Brien, 2002). CRM merupakan sebuah fungsi terintegrasi yang menunjang sebuah perusahaan dalam bidang pemasaran, penjualan dan pelayanan, yang dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan dengan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan maka angka penjualan perusahaan akan mengalami peningkatan (McLeon, 2007).

Maka berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengambil judul **“Sistem Informasi Customer Relationship Management Berbasis Web (Studi Kasus :**

Deandra Tenda Bandarlampung)”. Adanya sistem ini diharapkan dapat memberikan solusi dalam menghasilkan suatu pelayanan yang memudahkan pelanggan untuk berkomunikasi dengan perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan diatas, maka penulis menetapkan rumusan permasalahan antara lain :

1. Bagaimana menganalisis sistem informasi pemasaran dan keluhan penyewaan tenda pada deandra tenda ?
2. Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi *customer relationship management* dalam pemasaran dan pelayanan pada deandra tenda ?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan penelitian ini maka penulis membatasi hanya pada:

1. Sistem informasi *customer relationship management* ini dibuat dalam ruang lingkup pemasaran dan pelayanan untuk menangani keluhan pelanggan.
2. *Input* data transaksi dan data barang yang bisa dilakukan oleh admin.
3. *Output* yang dihasilkan untuk pelanggan berupa informasi produk yang disediakan oleh perusahaan dan untuk admin berupa laporan data keluhan, data pelanggan, dan laporan data transaksi.

1.4. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* berbasis web.

Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian:

1. Niluh Manik Sugiarni dkk. (2015), menganalisis pada Travel X. Hasil analisis yang dilakukannya adalah dengan adanya sistem customer relationship management ini pelanggan dapat menerima informasi secara detail mengenai penyewaan mobil pada perusahaan travel. Pelanggan dan perusahaan travel dapat menjalin hubungan saling berkomunikasi karena pada sistem terdapat menu bantuan yang digunakan untuk saling berinteraksi antara pelanggan dan admin perusahaan. Pelanggan juga dapat memberikan review mengenai pelayanan yang diberikan oleh travel. Dengan adanya sistem ini dapat melihat tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan travel yang dapat dilihat melalui grafik. Metode perancangan sistem menggunakan tersruktur atau (DFD).
2. Sri Karlina (2013), menganalisis pada Perguruan Tinggi. Hasil analisis yang dilakukannya adalah penelitian ini menggunakan metode *framework zachman model customer relationship management (CRM)* berbasis web dan sms dalam pengelolaan lowongan pekerjaan bagi alumni perguruan tinggi mendukung data terintegrasi dalam dokumen, pengelolaan lowongan pekerjaan, diagram (artifak-artifak) data sesuai kebutuhan informasi masing-masing bagian, yang menyediakan layanan informasi data alumni.
3. Asterlia dkk. (2011), menganalisis pada CV Citra Mandiri Palembang. Hasil analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan sistem manajemen hubungan pelanggan berbasis website, dapat mempermudah pelanggan dalam hal pemesanan pengiriman barang sehingga waktu pemesanan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, dapat mempermudah admin dalam

rekapitulasi laporan pengiriman barang dan membantu pelayanan pelanggan untuk mengetahui dan mengecek tempat keberadaan barang yang dikirim.

4. Oktria Mahendra Putri dan Khoirul Syafri Harap, (2013), menganalisis pada Simply Fresh Laundry Outlet 63. Hasil analisis yang dilakukan adalah website berbasis sms gateway ini dapat menyajikan informasi yang ada di perusahaan ke pelanggan dengan mudah dan cepat dan juga dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan pelanggan, dengan menyediakan media alternatif komunikasi sehingga loyalitas tetap terjaga.

Metode perancangan sistem ini menggunakan berorientasi objek.

5. Yan Andriariza AS (2013), menganalisis pada IKM Tas Yanri di Bogor. Hasil analisis yang dilakukan adalah perancangan sistem informasi berbasis CRM di IKM Tas Yanri ini dibangun berdasarkan pada pemrosesan bisnis yang berjalan di IKM Tas Yanri. Perancangan sistem ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam mengetahui informasi pada IKM Tas Yanri. Perancangan proses sistem informasi berbasis CRM ini menggunakan DFD. adapun bagian-bagian yang terlibat pada sistem ini yaitu pada bagian pemilik, customer service, bagian penjualan, bagian pemasaran dan bagian gudang.

Perbedaan dari penelitian yang terdahulu dengan penelitian yang dibuat oleh penulis adalah pemasaran yang dilakukan bersifat online dengan menggunakan media internet dan menggunakan website untuk media pemasaran penyewaan tenda, diharapkan pelanggan dapat dengan cepat mengetahui produk-produk terbaru dan didalam website tersebut terdapat media customer support untuk menampung kritik dan saran yang berhubungan dengan penyewaan tenda dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat

mengetahui kebutuhan dan keluhan pelanggan. Metode perancangan sistem menggunakan object oriented atau Unified Modeling Language (UML), penulisan kode program pada pembuatan sistem menggunakan alat bantu yaitu database *MySQL*, platform *PHP*, *Adobe Dreamweaver*, *XAMPP* dan perhitungan tingkatan nilai keluhan pelanggan menggunakan Skala Likert.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan pada Deandra Tenda adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis sistem informasi pemasaran penyewaan tenda dan keluhan pelanggan pada deandra tenda.
2. Membangun sebuah sistem informasi *customer relationship management* untuk menganggapi keluhan dengan lebih optimal, dan waktu yang diperlukan untuk mengevaluasi keluhan tersebut menjadi lebih efektif untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, dapat melatih diri dalam menganalisis masalah, merancang, dan mendesain program, serta menambah pengetahuan tentang teknologi informasi khususnya yang berkaitan dengan penanganan keluhan.
2. Bagi perusahaan, dapat memotivasi perusahaan untuk mempertahankan kinerja perusahaan dengan meningkatkan kualitas layanan, manajemen hubungan pelanggan, kepuasan pelanggan.
3. Bagi pelanggan, dapat mengetahui informasi tentang produk yang disediakan dan dapat memudahkan dalam menyampaikan keluhan.