

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Meta Bumi *Systema* Bandung adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi, khususnya dalam hal penjualan air minum dalam kemasan dan berlokasi di Jl. Rancabolang Margahayu Raya No.63 Bandung. Pelanggan yang ada di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung terdiri dari kantor dan perorangan. Pelanggan dianggap penting karena hanya dengan mempunyai pelanggan suatu usaha dapat terus berjalan, sehingga usaha yang dilakukan dapat berlanjut dan dapat pula membuka usaha yang baru. sedangkan di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung belum memiliki strategi dalam hal pemasaran dan mempertahankan pelanggan yang berdampak pada profit perusahaan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Asep Jamaludin selaku Kepala Bagian Administrasi PT. Meta Bumi *Systema* Bandung, menjelaskan bahwa perkembangan jumlah pelanggan pada PT. Meta Bumi *Systema* Bandung tidak terlalu signifikan dan bisa dibuktikan dengan pelanggan yang terdaftar pada bulan desember 2022 sebanyak 2.579 pelanggan kantor maupun perorangan, lalu pelanggan yang terdaftar pada bulan desember 2023 sebanyak 3.533 pelanggan kantor maupun perorangan, dari fakta yang dikatakan oleh Kepala Bagian Administrasi PT. Meta Bumi *Systema* Bandung dapat disimpulkan bahwa PT. Meta Bumi *Systema* Bandung sangat lambat dalam melakukan strategi pemasaran untuk penarikan minat pelanggan baru khususnya dalam hal promosi perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan sejenis yang memiliki jumlah pelanggan tetap ataupun tidak tetap yang jauh lebih banyak.

Selain itu hasil observasi di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung berdasarkan data transaksi selama bulan Desember 2022 sampai akhir Desember 2023 dapat dijadikan acuan untuk melakukan suatu strategi mempertahankan pelanggan karena dalam kurun waktu 1 tahun tersebut sudah banyak pelanggan di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung yang melakukan transaksi. Di dalam transaksi tersebut ada

beberapa pelanggan yang tercatat sudah lama tidak bertransaksi lagi, maka dari itu PT. Meta Bumi *Systema* Bandung membutuhkan suatu cara yang tepat untuk mempertahankan setiap konsumen yang sudah bertransaksi supaya menjadikan pelanggan tetap.

Untuk itu, diperlukan suatu strategi yang mampu menjembatani antara pelanggan dan perusahaan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*) yang mengintegrasikan antara *people*, *process*, dan *technology* sehingga tercipta komunikasi yang baik dengan pelanggan terutama dalam menumbuhkan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. CRM lebih memfokuskan pada apa yang dinilai pelanggan bukan kepada produk yang ingin dijual oleh perusahaan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para konsumennya sehingga dalam menghasilkan suatu produk perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Tjiptono (2014:422-423) *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan proses holistik dalam mengidentifikasi, menarik, mendiferensiasikan, mempertahankan pelanggan dengan jalan mengintegrasikan 3 rantai pasokan perusahaan guna menciptakan Customer Value pada setiap langkah dalam proses penciptaan nilai. Asumsi utama CRM yaitu bahwa membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan merupakan cara terbaik untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan pelanggan yang loyal cenderung lebih profitable dibanding pelanggan yang tidak loyal.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan PT. Meta Bumi *Systema* Bandung membutuhkan suatu sistem yang dapat memberikan informasi pelayanan pelanggan untuk melakukan transaksi, pemberian promosi dan mempertahankan pelanggan untuk kembali melakukan transaksi,

karena PT. Meta Bumi *Systema* Bandung kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari pelanggan baru dan pelanggan tetap, memungkinkan berhentinya pembelian air minum dalam kemasan yang akan berdampak kepada kestabilan profit perusahaan. Setelah pertimbangan dari beberapa masalah yang telah dipaparkan di atas maka akan dibangun **Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan Di PT. Meta Bumi Systema Bandung.**

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan dan dijelaskan sebelumnya maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membangun sistem informasi transaksi pelayanan pelanggan di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung.
2. Memudahkan pihak distributor untuk melakukan komunikasi dengan pelanggan untuk penjualan produk N-Qua di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun sistem informasi Transaksi Pelayanan Pelanggan Di PT. Meta Bumi *Systema* Bandung. Sedangkan tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memudahkan pihak distributor untuk mengelola setiap transaksi yang diperoleh dari pelanggan.
2. Memudahkan pihak distributor dalam mengelola hubungan dengan pelanggan menggunakan cara *Whatsapp Blast* memberikan informasi terkait promosi.

### 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam membangun sistem transaksi tersebut agar terarah dan mencapai tujuan yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:

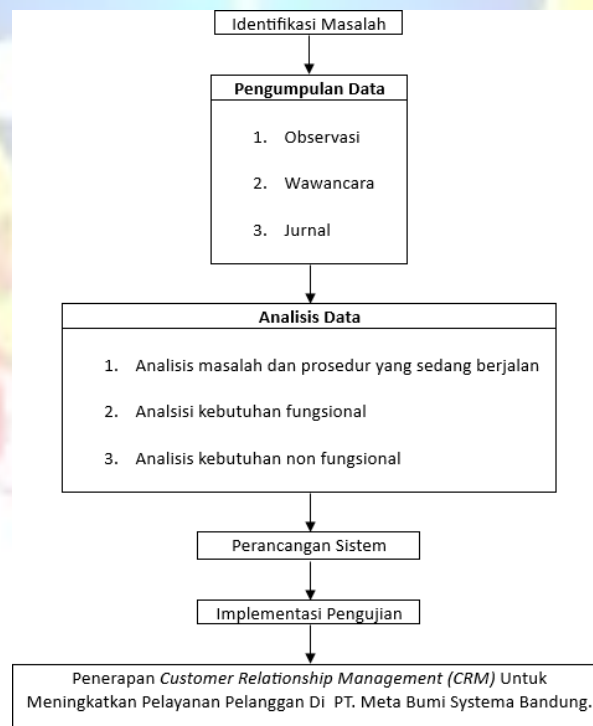
1. Sistem transaksi pelayanan pelanggan ini berbasis *website*.
2. Data yang akan dikelola yaitu :

- a. Data pelanggan
  - b. Data transaksi
3. Proses bisnis yang terdapat di dalam sistem ini adalah sebagai berikut :
    - a. Pembuatan data pelanggan.
    - b. Pembuatan data transaksi Pelanggan.
    - c. Sistem *Reminder* transaksi.
    - d. Sistem *Blast* ke pelanggan.
  4. Hanya berfokus pada pendistribusian N-Qua di Kota Bandung.

### 1.5 Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode ini dimulai dengan mengumpulkan data secara deskriptif terhadap semua aktivitas, proses yang berkaitan dengan sumber daya manusia, dimana data-data tersebut akan dianalisis terhadap fakta yang ada. Tujuan akhir dari metode deskriptif adalah suatu deskripsi atau gambaran secara sistematis.

Langkah-langkah dalam melakukan penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1. 1 Metodologi Penelitian**

Keterangan dari masing-masing tahap metode penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah

Tahap ini adalah permulaan dari penelitian, mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada pengelolaan transaksi pelanggan di PT. Meta Bumi Systema Bandung.

2. Pengumpulan data

Pengumpulan data dapat diperoleh secara langsung dari PT. Meta Bumi Systema Bandung dan referensi-referensi yang telah diperoleh. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mendatangi PT. Meta Bumi Systema Bandung, dan melakukan sesi tanya jawab secara langsung dengan Bapak Asep Jamaludin sebagai Kepala bagian administrasi dari PT. Meta Bumi Systema Bandung.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan objek secara langsung di PT. Meta Bumi Systema Bandung.

c. Studi Literatur

Jurnal merupakan merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan jurnal, paper, dan bacaan yang berkaitan dengan topik yang sama.

3. Analisis Masalah

Pada tahapan ini, peneliti melakukan analisis terhadap masalah yang ada di perusahaan berdasarkan hasil wawancara dan studi literatur.

4. Analisis prosedur yang sedang berjalan

Pada tahapan ini peneliti melakukan proses analisis sistem yang sedang mengenai pengelolaan data transaksi pelanggan.

#### 5. Analisis kebutuhan non-fungsional

Analisis kebutuhan non-fungsional merupakan analisis yang dibutuhkan untuk menentukan kebutuhan spesifikasi sistem. Adapun analisis yang diperlukan pada tahap ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Analisis kebutuhan pengguna merupakan analisis yang berisi spesifikasi minimum pengguna untuk dapat menggunakan sistem.
- b. Analisis perangkat lunak merupakan analisis yang berisi spesifikasi minimum perangkat lunak yang dibutuhkan untuk menjalankan sistem.
- c. Analisis perangkat keras merupakan analisis yang berisi spesifikasi minimum perangkat keras yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan sistem.

#### 6. Analisis kebutuhan fungsional

Analisis kebutuhan fungsional merupakan analisis yang dibutuhkan untuk menggambarkan aliran data, perencanaan, dan pembuatan sketsa yang akan digunakan. Adapun analisis yang digunakan pada tahap ini yaitu sebagai berikut:

- a. Use Case Diagram.
- b. Activity Diagram.
- c. Class Diagram.
- d. Sequence Diagram.

#### 7. Perancangan sistem

Tahap perancangan sistem dilakukan untuk menggambarkan hasil dari analisis sistem. Adapun kegiatan-kegiatan dalam perancangan sistem yaitu sebagai berikut:

- a. Perancangan tabel relasi.
- b. Perancangan struktur tabel.
- c. Perancangan struktur menu.
- d. Perancangan antarmuka (*user interface*).
- e. Perancangan pesan.
- f. Jaringan semantik.

g. Perancangan metode.

#### 8. Implementasi Sistem

Tahap implementasi sistem adalah tahap dimana sistem yang telah dirancang akan diimplementasikan. Adapun kegiatan-kegiatan dalam proses implementasi yaitu sebagai berikut:

- a. Implementasi perangkat lunak.
- b. Implementasi basis data.
- c. Implementasi antarmuka.

#### 9. Pengujian Sistem

Pada tahap ini dilakukan implementasi dari analisis dan perancangan yang telah dibuat sebelumnya sehingga menjadi kode program. Setelah itu dilakukan pengujian terhadap sistem yang sudah dibangun sebelum dijalankan di PT. Meta Bumi Systema Bandung.

#### 10. Sistem transaksi pelayanan pelanggan

Pada tahapan ini adalah hasil dari penelitian yang akan di bangun di PT. Meta Bumi Systema Bandung.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penulisan tugas akhir yang akan dilakukan. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab 1 menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang diambil, perumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab 2 menjelaskan mengenai profil perusahaan, *job description*, logo, dan landasan-landasan teori yang berkaitan dengan tema penelitian untuk menunjang dalam penelitian ini.

### **BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab 3 menjelaskan mengenai analisis masalah yang ada di dalam perusahaan, terutama permasalahan yang berkaitan dengan produk perangkat lunak dan melakukan serangkaian proses untuk memecahkan masalah. Serangkaian proses tersebut berupa analisis dalam membangun *design system*.

### **BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM**

Bab 4 menjelaskan mengenai implementasi dan pengujian *design system*. Implementasi yang dilakukan berupa menerapkan tahapan *perceptual pattern* dan *functional pattern* yang telah dibuat menjadi fondasi awal dan pengujian akan dilakukan menggunakan *usability testing*.

### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab 5 menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berisikan tentang inti dari penelitian yang dilakukan dan saran berisi tentang memberikan usulan untuk kedepannya.

