

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan khususnya teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini. Salah satunya perkembangan teknologi informasi disertai dengan *internet*, yang melahirkan konsep teknologi informasi berbasis *web* yang banyak dikembangkan dalam bisnis perusahaan diberbagai bidang. Teknologi informasi dapat digunakan dalam mengelola informasi yang ada didalam perusahaan, baik dari segi karyawan, kualitas produk maupun dari pelayanan pelanggan. Pengelolaan sistem informasi secara efektif dalam perusahaan sangatlah penting karna dapat menjadi dasar untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Oleh karna itu, banyak perusahaan yang mulai mengembangkan dan memberikan perhatian khusus pada sistem informasi sebagai sumber informasi secara efektif.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi berbasis *internet* perusahaan bisa mengembangkan suatu sistem yang bisa berhubungan langsung dengan pelanggan, sistem ini lebih dikenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) pada dasarnya merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang menciptakan keadaan yang tidak merugikan bagi kedua pihak. Dalam perusahaan, *Customer Relationship Management* (CRM) digunakan sebagai sarana penghubung antara pelanggan

dengan perusahaan. Melalui *Customer Relationship Management* (CRM) perusahaan akan lebih mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, apa yang mereka keluhkan, bagaimana *competitor* terhadap produk atau jasa perusahaan, serta kegiatan member lainnya.

Customer Relationship Management (CRM) dengan dukungan Teknologi Informasi membantu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa puas. Dalam jurnal Kundre, Wisnubadhra, & Suselo (2013), *Customer Relationship Management* (CRM) secara umum digunakan untuk membantu kegiatan *disales, marketing, dan customer service*.

Menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dengan menjalin hubungan dengan setiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi pelanggan mendukung terbentuknya sebuah sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dalam sebuah perusahaan. Berdasarkan apa yang diketahui pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, program, pesan, media dan terutama pelayanan. Dalam penerapannya, sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dalam perusahaan membentuk hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, dimana perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka. Dengan *Customer Relationship Management* (CRM) memungkinkan terjadinya komunikasi global, sehingga pihak perusahaan dan pelanggan dapat menjaring calon pelanggan dengan melalui strategi kepuasan pelanggan (Milwandhari, 2011).

Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) dapat mempercepat proses pengolahan data, proses penyimpanan data, proses pencarian data, dan hasilnya lebih akurat sehingga dapat digunakan dan diakses pada saat diperlukan sekarang maupun masa yang akan datang (Yulianti & Putra, 2014).

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, merupakan perusahaan retail minimarket yang terkemuka diseluruh Indonesia. Selain menjadi perusahaan retail yang terkemuka di Indonesia yang menjual produk yang berkualitas, perusahaan juga sangat memperhatikan pelayanan terhadap pelanggan yang setiap kali datang dan berbelanja di tokonya. Memperhatikan pelanggan tentu harus memikirkan jenis pelayanan kepada pelanggan, baik itu dari segi kenyamanan, informasi mengenai produk yang dipasarkan, serta kecepatan respon pelayanan yang menimbulkan kepercayaan dari pelanggan.

Sebagai perusahaan yang terus berkembang PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk harus tetap mempertahankan kontinuitas usahanya dan berusaha mencari peluang dengan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan agar mereka tetap bertahan di usaha ini. Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan dengan mempertahankan pelanggan yang ada, sehingga mereka loyal dan tidak pindah ke pesaing lainnya. Namun, pelayanan terhadap keluhan pelanggan saat ini masih belum begitu maksimal dikarenakan media penyampaian keluhan pelanggan yang masih berbasis *telephone* dan media sosial seperti *twitter* dan *facebook*. Penyampaian keluhan melalui media *telephone* masih memberatkan biaya pada pelanggan dan untuk penyampaian masalah melalui media sosial seperti *twitter* dan *facebook* ini

akan banyak mengundang pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mencemarkan nama baik perusahaan karena sosial media yang digunakan bersifat *public*. Oleh karena itu, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Batam disarankan untuk mempunyai suatu aplikasi bersifat *privat* yang dapat mengatur dan memberikan pelayanan terhadap keluhan pelanggan tersebut. Sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web* akan dibutuhkan dalam membangun hubungan kepercayaan antara pelanggan dengan perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB PADA PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Saat ini penyampaian keluhan pelanggan berbasiskan *telephone* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*.
2. Biaya yang mahal untuk menyampaikan keluhan lewat *telephone*.
3. Penyampaian keluhan lewat media sosial yang bersifat *public* akan mengundang pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab mencemarkan nama baik perusahaan.

1.3. Pembatasan Masalah

Mengingat terbatasnya waktu dan tenaga serta untuk menghindari meluasnya pembahasan masalah, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Perancangan ini berfokuskan pada fungsi untuk mengelola *Customer Relationship Management* (CRM) tentang pelanggan loyal terhadap PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Batam khususnya pada pelayanan terhadap pelanggan.
2. Perancangan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web* dengan menggunakan bahasa pemrograman *HTML5*, *CSS3*, *PHP* dan *MySQL* sebagai *databasenya*.
3. Untuk melakukan pengScriptan perancangan ini menggunakan aplikasi *Adobe Dreamweaver CS6*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembahasan tentang sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM)?
2. Bagaimana merancang sistem *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web* di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Batam?

3. Bagaimana mengatur dokumentasi data pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan yang maksimal dari kritik saran yang disampaikan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pembahasan tentang sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)*.
2. Untuk menghasilkan sistem informasi *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis *web* yang dapat mengelola data pelanggan dan memberikan informasi yang lebih cepat terhadap keluhan pelanggan.
3. Untuk mempermudah admin dalam mengelola dokumen kritik dan saran pelanggan serta memberikan masukan yang diinginkan oleh pelanggan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan terutama pihak organisasi, akademis, dan penelitian selanjutnya. Adapun manfaat penelitian baik secara teoritis ataupun praktis adalah sebagai berikut:

1.6.1. Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis berguna bagi instansi dan dunia pendidikan, manfaat teoritis tersebut antara lain:

1. Memberikan tambahan pengetahuan penulis tentang perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web*.
2. Memperkuat dan menambah teori yang sudah ada atau teori sebelumnya tentang perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web*.
3. Sebagai bahan referensi untuk perusahaan guna mengetahui sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM).

1.6.2. Secara Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini yang dapat diambil oleh berbagai pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) bermanfaat sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan mengenai perancangan sistem informasi yang didapat selama proses perkuliahan.
2. Bagi perusahaan, perusahaan dapat menggunakan hasil perancangan berupa sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mengelola data keluhan pelanggan dan memberikan pelayanan yang diinginkan pelanggan.

3. Bagi akademis, hasil perancangan ini bermanfaat sebagai tambahan literature terkait dengan perancangan sistem informasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *web*.