

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan lingkungan makro sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dalam satu dasa warsa terakhir jelas sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen dalam keputusannya melakukan pilihan produk ataupun jasa. Pelanggan sekarang cenderung lebih kritis, lebih cerdas, dan mempunyai macam kebutuhan, keinginan, dan harapan yang lebih beragam.

PT. Aston Graphindo Indonesia (PT AGI) adalah perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur *compatible toner cartridge* printer laserjet yang bertempat di Jl Raya Solo Tawangmangu KM 7, Triyagan, Mojolaban, Sukoharjo. Dalam mendistribusikan produknya PT.AGI memiliki dua strategi, strategi pertama adalah penjualan dengan sistem distribusi, dan strategi kedua adalah penjualan secara langsung (*direct selling*). Penerapan strategi tersebut, Departemen Penjualan dibagi menjadi dua divisi, yaitu divisi Penjualan Institusi Nasional dengan penjualan secara langsung ke institusi-istitusi pemerintah sebagai target pasarnya dan divisi Distributor dengan penjualan yang mengandalkan jalur distribusi dealer dan maindealer komputer untuk menjualkan kembali produk PT. AGI.

Divisi penjualan dibutuhkan seseorang supervisor dan lima sampai tujuh orang salesman untuk menangani transaksi dan followup seluruh konsumennya. Seorang salesman diberikan beberapa data calon konsumen prospektif dan konsumen tetap untuk dikelola dengan baik. Dengan lebih dari dua ribu konsumen yang dimiliki kedua divisi, banyak permasalahan dihadapkan para salesman tersebut, antara lain pengelolaan dan monitoring data calon konsumen prospektif dan konsumen tetap, dikarenakan kegiatan pengelolaan dan monitoring sebelumnya masih manual dan kurang tertib administrasi dalam followup dan transaksi, tidak sedikit konsumen yang sebelumnya rutin transaksi ke PT.AGI menjadi terlambat dalam transaksi, tidak transaksi bahkan lari ke pesaing lain, hal tersebut sangat merugikan perusahaan dengan ditunjukkan penurunan nilai omset penjualan.

Selain tidak tertibnya administrasi dan pengelolaan data yang masih manual, seringkali supervisor kedua divisi memindahkan data calon konsumen dan konsumen tetap yang sudah digarap seorang sales ke sales yang lain untuk memenuhi strateginya masing-masing. Dengan tidak adanya data riwayat followup maka sales baru yang menerima data konsumen tersebut seringkali kesulitan dalam memfollowup selanjutnya, dan seringkali konsumen yang kurang proaktif dan respektif menyulitkan sales baru tersebut.

Pemakaian sistem manual para supervisor merasa kesulitan dalam mensupervisi dan mengontrol anak buahnya, dengan semakin bertambahnya

total konsumen, jumlah laporan followup dari salesman semakin banyak setiap minggunya, supervisor terlalu direpotkan untuk menelitinya satu persatu. Hal tersebut mengakibatkan kurang efektifnya kinerja supervisor, supervisor yang seharusnya dapat bekerja untuk mencapai target-target penjualan dan banyak interaksi dengan konsumen menjadi terpankas jam terbangnya hanya untuk melakukan tugas administratif.

Banyaknya masalah yang terjadi di departemen Penjualan maka divisi penjualan mengusulkan ke manajemen untuk melakukan pengadaan sistem informasi yang berfungsi dalam pengelolaan, pengontrolan data pelanggan dan analisa penjualan. Usulan tersebut dikemas dalam bentuk software "*Operasional Customer Relationship Management*", atau sering disebut CRM yang nantinya diharapkan menjadi salah satu solusi terhadap semua permasalahan yang ada di departemen penjualan PT.AGI

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah yang dibahas adalah "Bagaimana membuat *Operasional Customer Relationship Management* sebagai strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan, mengorganisasikan dan mengontrol hasil follow up salesman, serta dapat membantu para supervisor dalam menyajikan informasi dan laporan secara cepat dan tepat guna".

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pembuatan aplikasi Operasional CRM yang nantinya digunakan untuk membantu para salesman di Departemen Penjualan dalam mengelola dan memonitor pelanggan baik dalam bentuk data, informasi dan laporan-laporan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Mengefesien dan mengefektifkan kinerja tenaga sales dalam mengelola dan memonitoring data pelanggan.
2. Memangkas waktu yang tidak efektif bagi para supervisor penjualan dalam hal kegiatan administrative.
3. Merapikan kinerja dengan sitem pelaporan yang lebih cepat dan mudah.

E. Batasan Masalah

PT. AGI dalam mengimplementasikan CRM dibagi menjadi 3 unit sistem, yaitu Operasional CRM, Colaborative CRM, dan Analytical CRM yang nantinya dijadikan srategi bisnis pada perusahaan ini dengan pengoptimalan data pelanggan.

Operasional Crm digunakan oleh sales dan supervisor yang didalamnya terdapat data-data pelanggan beserta riwayat followupnya,

setiap sales memiliki user account dan memiliki jatah Calon Customer prospektif dan pelanggan tetap, Colaborative CRM digunakan oleh Sales Manager yang didalamnya berisi data-data operasional pengelolaan tenaga penjualan (salesman), sedangkan Analytical CRM berupa informasi data-data analisa penjualan dan pelanggan yang digunakan manajemen untuk merencanakan strategi penjualan. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis perlu untuk membatasi masalah agar tidak menyimpang dari tujuan semula. Menghindari kerancuan dan pelebaran masalah yang sangat kompleks, penulis menekankan secara lebih ke aplikasi Operasional CRM yang nantinya dapat diintegrasikan dengan sistem lainya dengan menggunakan client server.

F. Sistematika Penulisan

Rancang bangun Operasional CRM pada PT AGI untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi,

halam daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, arti lambang dan singkatan dan abstraksi.

2. Bagian Utama Skripsi.

Bagian Utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini meliputi :

- a. Telaah Penelitian yang berisi tentang hasil – hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.
- b. Landasan Teori yang berisi tentang pembahasan pengertian database, MySQL, CRM, Sistem Informasi serta, hubungan pengertian perancangan melalui DFD, ERD, Flowchart dan penjelasan simbolnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan untuk pengumpulan data, kemudian Analisis

Kebutuhan, serta Perancangan dan Implementasi. Selain itu metode penelitian ini sendiri meliputi waktu dan tempat penelitian, peralatan utama dan pendukung, alur penelitian (Flowchart atau diagram alir), serta uraian analisis data tentang gambaran obyek penelitian.

Agar sistematis, Bab Metode Penelitian Meliputi :

- a. Waktu dan Tempat
- b. Peralatan Utama dan Pendukung
- c. Alur Penelitian (dilengkapi dengan diagram alir/ flow chart)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran tahapan penelitian, analisis dan hasilnya. Baik dari secara kualitatif, kuantitatif dan statistik, serta pembahasan hasil penelitian.

Agar tersusun dengan baik diklasifikasikan ke dalam :

- a. Hasil Penelitian
- b. Analisa atau Pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat

analisis obyektif. Sedangkan saran berisi mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Saran ini tidak lepas ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.

3. Bagian Akhir Skripsi.

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan lampiran.