

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, teknologi informasi telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan dunia bisnis. Salah satu pengaruh utamanya adalah kemudahan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Dengan adanya teknologi, perusahaan dapat lebih mudah berinovasi dalam hal produk, pelayanan, serta strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam bisnis modern, menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi hal yang sangat penting. Hal ini tidak hanya terkait dengan penjualan produk atau jasa, tetapi juga bagaimana perusahaan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat memberikan layanan yang lebih baik dan tepat sasaran.[1].

Selaras Tailor adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang penjahitan pakaian dan penjualan produk pakaian jadi. Toko ini menyediakan berbagai jenis bahan yang bisa dipilih oleh pelanggan untuk dijadikan pakaian sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, Selaras Tailor juga menjual pakaian jadi seperti baju, celana, kemeja, gamis, batik, gaun, dan lain-lain. Toko Selaras Tailor berlokasi di Jl. Veteran No. 27, Kuningan, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Masalah yang ada pada Selaras Tailor berdasarkan wawancara dengan pemilik toko Meskipun Selaras Tailor memiliki berbagai produk

yang menarik, berdasarkan wawancara dengan pemilik toko, ada beberapa masalah yang dihadapi, terutama dalam hal pengelolaan data dan bagaimana cara meningkatkan jumlah pelanggan yang sedang menurun pada akhir – akhir ini. Salah satu masalah utama adalah ketidakakuratan data penjualan yang menghambat perusahaan dalam membuat keputusan yang tepat. Data penjualan yang tidak akurat dapat mengarah pada kesalahan dalam menentukan keputusan akhir bagi perusahaan, yang akhirnya dapat berdampak buruk pada keberlanjutan bisnis. Selain itu, Selaras Tailor juga mengalami kesulitan dalam menargetkan audiens yang tepat dengan strategi promosi yang mereka jalankan. Hal ini membuat promosi yang dilakukan tidak efektif, karena pesan yang disampaikan tidak sampai kepada pelanggan yang benar-benar membutuhkan promosi tersebut.

Customer relationship management merupakan sebuah pendekatan strategis dan berperan dalam menentukan sebuah bisnis menghadapi pasar tujuan, manajemen hubungan pelanggan juga strategi yang terarah dalam tugas pokok utama menjalankan bisnis pendukung penerapan customer relationship management dalam upaya pengembangan bisnis untuk mencapai tujuan yang diinginkan[2]. Segmentasi pelanggan adalah penggolongan pelanggan menjadi kelompok pelanggan berdasarkan kriteria yang meliputi seperti kebiasaan pembelian dan jenis produk yang sering dibeli.

Dengan segmentasi yang jelas, Selaras Tailor dapat merancang promosi yang lebih terarah, dengan mengirimkan pesan yang lebih

relevan kepada setiap kelompok pelanggan. Misalnya, pelanggan yang sering membeli pakaian jadi bisa diberikan promosi khusus untuk produk pakaian jadi, sementara pelanggan yang lebih sering menggunakan layanan penjahitan bisa diberikan penawaran terkait jasa jahit. Dengan demikian, promosi menjadi lebih efisien dan lebih efektif dalam menarik perhatian pelanggan yang tepat[3].

Untuk mendukung penerapan CRM ini, Selaras Tailor membutuhkan system yang dapat mengelola data dengan cepat dan akurat yaitu menggunakan OLAP (OnLine Analytical Processing). OLAP merupakan bentuk pemikiran bisnis yang merangkum hubungan antara pelaporan dan penggalian data[4]. OLAP secara spesifik dapat diterapkan untuk memproses laporan bisnis terkait penjualan. Dengan bantuan OLAP, query pada database dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan efisien[5].

Untuk memenuhi hal tersebut, maka disusunlah sebuah sistem promosi yang terbaik dengan pertimbangan data penjualan produk terlaris di Selaras Tailor. Sehingga Dengan adanya Implementasi Analytical CRM di Toko Selaras Tailor diharapkan dapat mengoptimalkan analisis dalam pengambilan strategi promosi menjadi lebih tepat dan mengenai sasaran, Sehingga hasil dari pertimbangan masalah yang terdapat Selaras Tailor, maka penulis mengambil judul “IMPLEMENTASI CRM DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN TOKO JAHIT SELARAS BERBASIS WEB”.

1.2 Identifikasi Masalah

Selaras Tailor menghadapi beberapa tantangan yang memengaruhi kinerja dan keberlanjutan usaha. Berikut adalah beberapa identifikasi masalah yang dihadapi oleh Selaras Tailor:

1. Kesalahan pengolahan data

Selaras Tailor kesulitan mencatat data penjualan secara akurat, sehingga sulit untuk mengambil keputusan yang tepat terkait strategi.

2. Pengambilan keputusan yang kurang efektif

Strategi promosi yang dilakukan belum tertarget dan kurang efektif dalam menarik pelanggan baru

1.3 Rumusan Masalah

Untuk merumuskan masalah yang ada yaitu dengan mengemukakan hal – hal yang menjadi permasalahannya yaitu:

1. Apakah implementasi sistem informasi berbasis web dapat meningkatkan jumlah pelanggan di Selaras Tailor?
2. Apakah penerapan menggunakan alat OLAP sebagai bagian dari CRM Analytical dapat menganalisis segmentasi pelanggan dan mendukung pengambilan keputusan promosi yang lebih efektif?

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak terlalu luas dan lebar, maka masalah yang ada dalam CRM berbasis website untuk meningkatkan pelanggan di toko jahit Selaras dibatasi pada ruang lingkup:

1. Metode CRM yang digunakan yaitu CRM Analytical (Segmentasi pelanggan) yang digunakan untuk menganalisis data pelanggan yang nantinya akan di segmentasikan berdasarkan penggunaan produk yang sering dibeli.
2. Metode penyelesaian masalah yang digunakan adalah CRM Analytical, dan OLAP yang berperan sebagai alat untuk menganalisis pelanggan dari transaksi pembelian produk jadi dan produk custom (jasa) sehingga menghasilkan laporan data sebagai keputusan yang baik untuk segmentasi pelanggan.
3. Hak Akses yang terlibat antara lain:
 - a. Pelanggan dapat melihat dan memesan produk yang ada di katalog website.
 - b. Admin dapat mengelola data harga jenis pakaian, melihat data pelanggan, mengelola data transaksi, dan dapat mengelola data promo.
 - c. Pemilik dapat melihat data transaksi penjualan pakaian.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam tujuan Untuk mengatasi tantangan tersebut, penerapan Customer Relationship Management Analytical (CRM Analytical) dan Online Analytical Processing (OLAP) menjadi pendekatan strategis yang dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menerapkan CRM Analytical untuk membantu Selaras Tailor dalam menentukan jenis Promosi berdasarkan segmentasi.

Dengan segmentasi yang akurat, Selaras Tailor dapat merancang promosi yang lebih tepat sasaran, dan yang diharapkan peneliti dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

2. Memanfaatkan OLAP agar memudahkan Selaras Tailor dalam menganalisis data penjualan secara lebih efisien.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi Selaras Tailor, tetapi juga memiliki berbagai manfaat yang dapat dirasakan baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:.

1. Manfaat teoritis
 - a. Dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
 - b. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengimplementasian CRM Analytical dan OLAP serta pembuatan aplikasi berbasis web.
2. Manfaat Praktis Bagi Perusahaan
 - a. Dapat memudahkan perusahaan dalam mengetahui jenis promosi yang banyak diminati melalui media web.
 - b. Memudahkan perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan keluhan pelanggan sebagai evaluasi bagi perusahaan.

1.7 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah dengan dibuatnya sistem ini akan meningkatkan pelanggan dan mempermudah pemilik dalam mengelolanya ?
2. Apakah metode OLAP dapat membantu menentukan segmentasi pelanggan dalam meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada ?

1.8 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan mengimplementasikan CRM Analytical yang dibantu oleh alat OLAP dapat mempermudah Selaras Tailor untuk menganalisis segmentasi pelanggan sehingga dapat membuat keputusan akhir yang baik dan dapat menentukan strategi promosi yang tepat.

1.9 Metodologi Penelitian

Untuk memperoleh data penelitian, harus ditentukan metode dan teknik penelitian. Karena itu, pada bagian ini dijelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian yang sesuai dengan karakteristik penelitian serta alasan pemilihan metode tersebut.

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data:

1. Wawancara

Pada metode wawancara ini peneliti melakukan tanya jawab seputar topik yang diambil pada penelitian dan

dilakukan secara langsung kepada Bapak Tatang selaku pemilik toko jahit Selaras.

2. Studi Kepustakaan

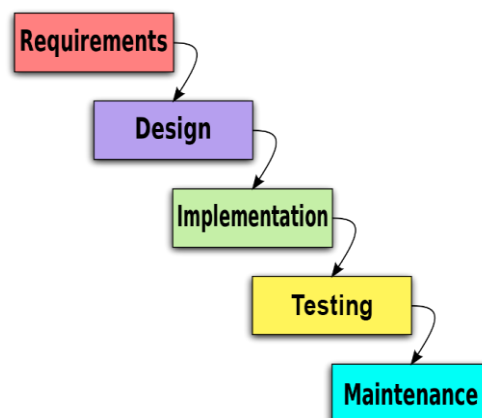
Metode ini merupakan metode pustaka dengan mencari informasi yang berhubungan dengan peneliti, dapat diperoleh melalui sumber buku, artikel, dan jurnal.

3. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan langsung di toko jahit Selaras.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode yang digunakan pengembangan sistem ini adalah metode waterfall. Dimana hal ini menyiratkan pendekatan yang sistematis dan berurutan (sekuensial) pada pengembangan perangkat lunak, yang dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna dan berlanjut melalui tahapan – tahapan perencanaan, pemodelan, konstruksi, serta penyerahan sistem/perangkat lunak.



Gambar 1 Waterfall [6]

1. Requirements

Tahap requirements adalah analisa kebutuhan sistem yang akan dibuat dengan mempertimbangkan pemahaman klien dan developer. Pada tahap ini melakukan studi pustaka dengan mencari jurnal jurnal yang dapat membantu dalam proses pembuatan aplikasi, serta melakukan observasi secara langsung di lokasi penelitian dan melakukan wawancara dengan Bapak Tatang selaku pemilik Selaras Tailor untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Design

Spesifikasi kebutuhan dari tahap sebelumnya akan dirubah menjadi desain dari sistem yang akan dibuat. Proses desain yang akan dibuat meliputi desain arsitektur sistem dan perangkat keras. Arsitektur sistem yang dibuat meliputi pemodelan sistem yang diusulkan menggunakan *flowmap*, pembuatan diagram konteks, DFD, desain *database* dan rancangan interface. *Tool* yang dipergunakan dalam proses desain yaitu Ms. Visio.

3. Implementation

Berikutnya adalah tahap implementasi, dimana keseluruhan desain sistem yang telah disusun sebelumnya akan diubah menjadi program, ada baiknya dilakukan pemeriksaan ulang dari hasil inisiasi dan desain, apabila telah sesuai dengan analisis sistem, maka

diimplementasikanlah menggunakan PHP 8 dan Mysql. Pada tahap ini, sistem pertama kali dikembangkan di program kecil yang disebut unit, yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Dalam penerapannya ini akan di uji secara satu persatu dan setiap unit dikembangkan dan diuji untuk fungsionalitas yang disebut sebagai unit testing dengan menggunakan *black box testing*.

4. Testing

Seluruh unit yang dikembangkan dalam tahap implementasi diintegrasikan ke dalam sistem setelah pengujian yang dilakukan masing- masing unit. Setelah integrasi seluruh sistem diuji untuk mengecek setiap kegagalan maupun kesalahan. Dalam hal ini akan menggunakan *black box testing*.

5. Maintenance

Tahap akhir adalah pemeliharaan yang termasuk diantaranya instalasi dan proses perbaikan sistem apabila ditemukan adanya kesalahan/bug yang tidak ditemukan pada tahap testing.

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

Dalam penelitian yang akan dilakukan, penulis menggunakan metode penyelesaian masalah untuk menyelesaikan masalah yang ada. Metode penyelesaian masalah yang digunakan adalah *Customer Relationship Management Analyst* dan *On Line*

Analytical Processing (OLAP) sebagai alat untuk mengolah data penjualan secara efisien dan akurat yang dapat menghasilkan laporan analitik dan menyediakan representasi data dalam bentuk grafik.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu metode yang berhubungan dengan member untuk peningkatan pelayanan terhadap suatu member. Metode *Customer Relationship Management (CRM)*.

Implementasi CRM menjanjikan sejumlah manfaat utama, dalam sinergi kemitraan bisnis. Asumsi utama CRM yaitu bahwa membangun relasi jangka panjang dengan konsumen merupakan cara terbaik untuk menciptakan loyalitas konsumen dan konsumen yang loyal cenderung lebih *profitable* dibandingkan konsumen yang tidak loyal[1].

Analytical CRM dapat pula digunakan untuk memberikan informasi penting pada pelanggan dalam suatu periode tertentu. Penting untuk diperhatikan bahwa *analytical CRM* merupakan suatu proses yang terus-menerus. Perusahaan mungkin perlu mengubah strategi atau metode berdasarkan informasi yang nantinya akan dianalisis, *CRM Analyst* atau *Analytical CRM* fokus terhadap pengumpulan, pemrosesan data dan menganalisa pelanggan untuk sebuah aplikasi bisnis yang cerdas.

CRM Analitik dikenal sebagai “back office” perusahaan. Aplikasi CRM ini berperan dalam memahami kebutuhan pelanggan. CRM Analitik berperan dalam melaksanakan analisis pelanggan, seperti analisis perilaku pelanggan. Data yang digunakan pada CRM Analitik adalah data yang berasal dari CRM Operasional. Salah satu manfaat dari analytical CRM adalah kemampuan untuk mendapatkan profil pelanggan dan mengelompokkan dalam Customer Segmentasi [6].

Dengan menerapkan analytical CRM di Selaras Tailor, diharapkan memiliki kecerdasan bersaing dalam strategi pemasarannya. Sebagai contoh, Selaras Tailor dapat memecahkan customer segment nya sebagai acuan untuk menentukan metode marketing yang lebih fokus pada masing- masing segmen.

Pengertian OLAP (Online Analytical Processing) [7] Merupakan kemampuan dari memanipulasi data secara efisien dari beberapa pandangan (perspektif). Struktur operasional utama pada OLAP berdasarkan pada konsep yang disebut Cube (kubus). Cube dalam OLAP. Karakteristik utama dari OLAP, meliputi:

1. Menyediakan fasilitas *query* interaktif dan analisis yang kompleks.
2. Menyajikan hasil dalam angka yang mudah dimengerti, maupun penyajian grafik.

1.10 Jadwal Penelitian

Tabel 1 Jadwal Penelitian

No	Urutan Kegiatan	Bulan				
		Januari	Februari	Maret	April	Juni
1	Requirements					
2	Design					
3	Implementation					
4	Testing					
5	Maintenance					

1.11 Sistematika Penelitian

Tabel 2 Sistematika Penulisan

BAB I	PENDAHULUAN Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, Tujuan dan manfaat, ruang lingkup pembahasan, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.
BAB II	LANDASAN TEORITIS Pada bab ini meliputi teori - teori terkait dengan bahasan penelitian, teori – teori peneliti sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penyusun saat ini dan berisi kerangka teori – teori yang relevan oleh peneliti sebelumnya yang kemudian dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan.
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN Pada bab ini membahas mengenai aplikasi yang berjalan, fungsi dan kegunaan sistem, sistem yang akan dikembangkan dan rancangan sistem yang ada pada Perusahaan Selaras Tailor. Dengan perancangan sistem menggunakan diagram konteks, Data Flow Diagram, Entity Relationship Diagram, kamus data konsep database dan normalisasi.
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN Bab ini berisi pengujian sistem dan implementasi sistem, untuk mengukur keselarasan fungsi logika dan mengukur tingkat efisiensi serta efektifitas sistem.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan yang berkaitan dengan judul Skripsi serta saran yang diharapkan dapat memberikan kemajuan dan perbaikan terhadap Selaras Tailor.