

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini telah menjadi salah satu pilar penting dalam kehidupan manusia. Hal tersebut telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bekerja, belajar, dan sebagainya. Salah satu faktor yang mendorong teknologi semakin maju adalah dengan adanya internet. Internet dapat terhubung dengan seluruh dunia secara cepat dan efisien. Koneksi internet yang lebih cepat dan lebih murah telah membuka pintu bagi inovasi dalam berbagai bidang, mulai dari komunikasi hingga bisnis online. Dengan adanya bisnis online, perusahaan dapat dengan mudah mengelola hubungan dengan pelanggannya, menganalisis dan menentukan strategi di masa yang akan datang.

Kadekita Coffee merupakan salah satu kedai kopi di Kuningan yang beralamat di Jalan Raya Cigugur, Kuningan. Kedai kopi ini sudah berdiri sejak tahun 2020 di Lebak Bulus Jakarta. Namun, karena minimnya literasi dan banyaknya pesaing sehingga berpindah lokasi ke Cigugur Kuningan pada Agustus tahun 2022. Kadekita Coffee merupakan dua bisnis usaha antara adik dan kakak yang digabungkan menjadi satu sehingga nama tempat kopinya itu sendiri bernama “Kadekita Coffee”. Kedai ini menjual berbagai macam minuman kopi mulai dari kopi americano, latte, manual brew dan sebagainya. Sedangkan kopi yang paling diminati oleh pelanggannya yaitu kopi susu.

Dari hasil observasi dan wawancara, pihak Kadekita Coffee saat ini mengalami berbagai kendala mulai dari pengelolaan data-data yang masih dilakukan secara konvensional sehingga rentan terhadap kehilangan dan kerusakan dokumen. Kemudian, belum adanya sistem yang dapat membantu dalam pengelolaan data serta pembuatan laporan dan hasil analisis dari penjualan produk menyebabkan pihak Kadekita Coffee kesulitan dalam pengambilan keputusan. Kurangnya pemahaman terhadap konsumen juga menyebabkan Kadekita Coffee mengalami penurunan dalam penjualan serta kurang tepatnya dalam penentuan strateginya. Kemudian, adanya ketidaksesuaian harga serta kurangnya diferensiasi pada produk menyebabkan adanya kesenjangan antara nilai yang ditawarkan dengan ekspektasi pelanggan serta mengakibatkan kurangnya daya tarik mengenai keunggulan produk. Selain itu, adanya perubahan tren yang sangat cepat menyebabkan kedai ini harus mengetahui dengan cepat mengenai kebutuhan pelanggan agar tidak tertinggal dan kehilangan relevansi di pasar.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi yang dilakukan perusahaan agar tetap konsisten menjaga hubungan dengan pelanggan [1]. CRM dapat mendukung proses segmentasi dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi dan menentukan strateginya. Salah satunya adalah dapat melakukan segmentasi produk. Segmentasi produk dilakukan untuk mengukur tingkat penjualan produk sehingga perusahaan dapat menentukan kategori produk mana yang paling banyak terjual atau memiliki rating paling baik dan produk mana yang

kurang terjual. Tujuan segmentasi produk tentunya untuk mengidentifikasi produk yang paling banyak terjual atau memiliki rating baik, sehingga perusahaan dapat memberikan penawaran yang lebih terfokus pada produk, layanan, dan komunikasi. Salah satu jenis CRM yang dapat diimplementasikan dan sesuai dengan permasalahan di atas adalah CRM Analisis.

CRM Analisis merupakan salah satu jenis CRM yang dapat membantu internal perusahaan dalam mengelola dan menganalisis data-data yang diambil dari sistem operasional sehingga perusahaan mampu menentukan strategi dengan tepat serta meningkatkan profitnya. CRM Analisis diimplementasikan dalam sistem penjualan pada Kade Kita Coffee untuk membantu dalam proses segmentasi produknya. Dimana segmentasi produk menjadi hal penting dalam strategi pemasaran karena dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan pelanggan. Sehingga perusahaan dapat menyesuaikan produk, promosi, dan diskon lebih tepat sasaran. Dengan adanya pemahaman lebih dari perusahaan mengenai segmentasi produk dapat menjadi suatu keberhasilan dalam mencapai pertumbuhan dan keunggulan kompetitif. Dalam proses analisisnya sendiri dibantu dengan suatu teknik analisis secara online yaitu OLAP. Adapun jenis OLAP yang digunakan adalah jenis ROLAP. Dimana ROLAP akan mengambil data-data yang ada, kemudian mengolahnya sehingga dapat menghasilkan suatu informasi yang berguna bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.

Adapun penelitian dengan mengangkat topik yang sejenis yaitu tentang CRM Analisis telah dilakukan oleh Valentinus Roby Hananto dan Ayouvi Poerna Wardhanie(2017) yang berjudul “Perancangan Analytical CRM Untuk

Mendukung Segmentasi Pelanggan Di Institusi Pendidikan” penelitian ini menerapkan CRM Analitikal untuk mendukung segmentasi pelanggan di institusi pendidikan sehingga dapat dengan mudah menganalisis segmentasi pelanggan dan membantu meningkatkan interaksi terhadap pelanggan yang lebih targeted dan customized. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dede Irawan dan Putri Maulin Merdekawati(2022) yang berjudul “PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* ANALITYCAL MENGGUNAKAN QUERY ANALYZER PADA PENJUALAN BERBASIS ONLINE” penelitian ini menerapkan CRM Analitikal dengan Query Analyzer sebagai alat bantu untuk menganalisis data-data dari sistem operasional sehingga memudahkan pemilik Outvtn Store dalam mengelola data, menganalisis, dan menentukan strategi penjualannya. Dan penelitian yang dilakukan oleh Tohirin Al Mudzakir dan Abu Bakar(2020) yang berjudul “Desain Dan Implementasi *Customer Relationship Management* Berbasis Web (Studi Kasus : Toko Baju Ladya)” penelitian ini menerapkan konsep CRM untuk memudahkan dalam mengelola data, memperbaiki proses bisnis yang berjalan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pihak dari Toko Baju Ladya dapat mengetahui laba rugi dari penjualan tersebut.

Dari pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “**RANCANG BANGUN SISTEM CRM ANALISIS BERBASIS WEB DALAM SEGMENTASI PRODUK PADA KADEKITA COFFE MENGGUNAKAN OLAP**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Pengelolaan data-data masih dilakukan secara konvensional sehingga rentan terhadap kehilangan dan kerusakan dokumen.
2. Belum adanya sistem yang dapat membantu dalam pengelolaan data serta pembuatan laporan dan hasil analisis dari penjualan produk menyebabkan pihak Kadekita Coffee kesulitan dalam pengambilan keputusan.
3. Kurangnya pemahaman terhadap konsumen juga menyebabkan Kadekita Coffee mengalami penurunan dalam penjualan serta kurang tepatnya dalam penentuan strateginya.
4. Adanya ketidaksesuaian harga serta kurangnya diferensiasi pada produk menyebabkan adanya kesenjangan antara nilai yang ditawarkan dengan ekspektasi pelanggan serta mengakibatkan kurangnya daya tarik mengenai keunggulan produk.
5. Perubahan tren yang sangat cepat menyebabkan Kadekita Coffee harus mengetahui dengan cepat mengenai kebutuhan pelanggan agar tidak ketinggalan dan kehilangan relevansi di pasar.

1.3 Rumusan Masalah

Masalah yang telah diidentifikasi dan telah dijelaskan ruang lingkup pada bagian sebelumnya, pada bagian ini dirumuskan masalah-masalah yang diduga mampu diselesaikan peneliti berdasarkan kompetensi dan keadaan sumber daya lainnya.

1. Bagaimana merancang dan membangun sistem CRM analisis berbasis web untuk segmentasi produk pada Kadekita Coffee?
2. Bagaimana mengimplementasikan OLAP pada sistem CRM analisis berbasis web agar menghasilkan hasil analisis segmentasi produk?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah penjelasan secara terukur sebagai upaya membatasi ruang lingkup masalah yang telah disinggung dalam latar belakang. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada tempat kopi yaitu Kadekita Coffee.
2. Pada penelitian ini digunakan metode CRM Analisis beserta CRM Operasional di dalamnya yang digunakan untuk mengelola data-data dan menganalisis segmentasi produk.
3. Segmentasi produk berfokus pada penjualan produk yang paling banyak terjual serta rating produk dari proses transaksi.
4. Data yang dikelola yaitu data kategori, data produk, data pesanan, data pengguna, dan laporan.
5. Model atau jenis OLAP yang digunakan yaitu ROLAP pada laporan penjualan.
6. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah model *Waterfall*.
7. Tools perancangan menggunakan Diagram Konteks, Data Flow Diagram, dan Entity Relationship Diagram.
8. Bahasa pemrograman menggunakan PHP dan framework laravel.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam tujuan penelitian disajikan hasil yang ingin dicapai setelah penelitian selesai dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk merancang dan membangun sistem CRM Analisis pada Kadekita Coffee sehingga memudahkan dalam segmentasi produk untuk menentukan strategi kedepannya.
2. Untuk mengimplementasikan OLAP pada sistem CRM Analisis sehingga membantu dalam proses analisis dalam segmentasi produk pada Kadekita Coffee.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang harus dijelaskan pada bagian ini adalah manfaat praktis dan manfaat teoretis hasil penelitian yang dilakukan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik. Selain itu, dengan adanya penelitian dapat memberikan wawasan dan informasi yang sesuai bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat baik bagi penulis, pembaca, objek penelitian, kampus, dan sebagainya.

1.7 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sistem CRM Analisis pada Kadekita Coffee dapat membantu dalam melakukan segmentasi produk?
2. Apakah dengan menerapkan OLAP pada sistem CRM Analisis dapat membantu dalam menganalisis serta menentukan strategi pada Kadekita Coffee?

1.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Sistem CRM Analisis yang dibangun dapat membantu pihak Kadekita Coffee dalam segmentasi produk
2. Penerapan OLAP pada sistem CRM Analisis dapat membantu pihak Kadekita Coffee dalam menganalisis dan menentukan strategi penjualannya.

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan terdapat tiga cara yaitu :

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara meninjau langsung ke objek penelitian yaitu Kadekita Cofee yang beralamat di Jalan Raya Cigugur, Kuningan.

2. Wawancara

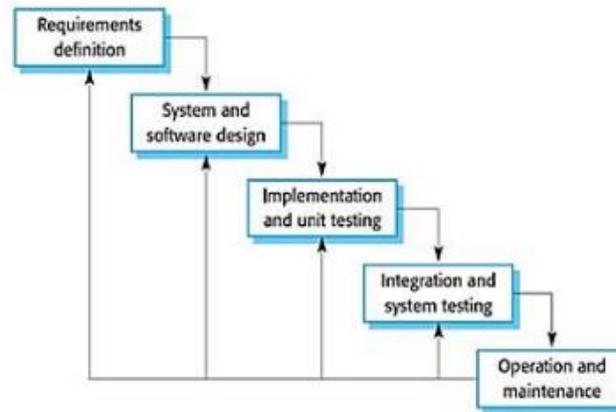
Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik dan karyawan untuk mendapatkan informasi mengenai proses bisnis dan kendala yang terjadi di Kadekita Cofee.

3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan membaca beberapa referensi dari jurnal, skripsi, penelitian sebelumnya sesuai tema yang diambil, serta dari hasil observasi dan wawancara.

1.9.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model SDLC *Waterfall* karena tahapannya dilakukan secara one by one dari mulai tahap analisis, desain, implementasi, pengujian, sampai tahap pemeliharaan. *Waterfall* karena metode ini lebih mudah diaplikasikan serta cocok di gunakan untuk produk software yang sudah jelas kebutuhannya dari awal, sehingga meminimalisir kesalahan. Metode ini melewati tahap demi tahap, tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan [2]. Adapun tahapan dari metode *waterfall* dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Tahapan Metode *Waterfall* [6]

1.9.3 Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah dalam penelitian ini menggunakan CRM Analitikal dengan alat bantu OLAP untuk menganalisis data-data yang diambil dari sistem operasional. Indikator CRM Analitikal yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada segmentasi produk.

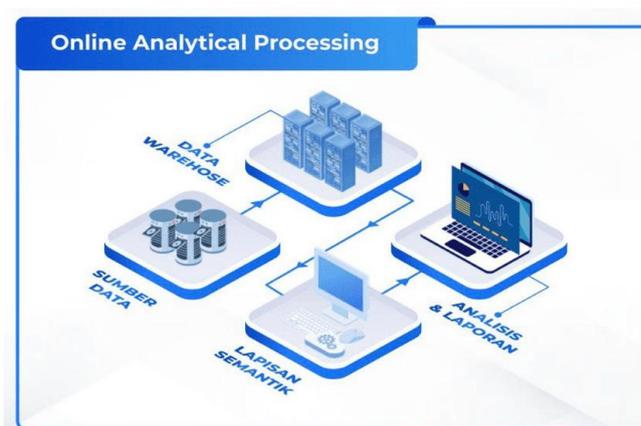
Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu teori manajemen yang membahas secara kusus mengenai hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara membina komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk dan jasa perusahaan [1]. Salah satu komponen CRM untuk mengubah data-data menjadi informasi berharga bagi perusahaan yaitu CRM Analitikal.

CRM Analitikal merupakan konsep yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam mengelompokkan data-data yang ada sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menentukan strateginya[3]. CRM Analitikal sering disebut dengan “*back office*”

perusahaan karena dapat membantu dalam mengelola data-data dan membantu menganalisis sehingga perusahaan dapat dengan mudah dalam menentukan strategi [4].

Adapun alat bantu pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan OLAP (*Online analytical processing*) jenis ROLAP untuk membantu dalam menganalisis data-data yang diambil dari sistem operasional. Database ini akan mengambil data, mengumpulkan, dan mengekstrak data sehingga menjadi sebuah informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Database ini sangat cocok untuk layanan web yang melakukan menampilkan data, seperti menyimpan data produk atau transaksi aplikasi, tetapi juga melakukan analisis, dan peran database adalah menyediakan penyimpanan untuk data yang digunakan untuk melakukan analisis [5].

Adapun untuk mekanisme cara kerja olap dalam suatu sistem adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2 *Online analytical processing* [7]

1.11 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pertanyaan penelitian, hipotesis penelitian, metodologi penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini berisikan teori yang mendasari penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber referensi.

BAB III : ANALISA DAN PERANCANGAN

Dalam bab ini membahas mengenai analisa kebutuhan sistem serta perancangan sistem yang dibangun, rancangan input dan output dari sistem.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Dalam bab ini membahas mengenai spesifikasi sistem yang dibuat, tampilan input dan output serta membahas bagian penting dari listing program beserta pengujiannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari uraian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya untuk menjawab permasalahan dari penelitian yang dilakukan.