

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Customer Relationship Management* yang selanjutnya di singkat dengan (CRM) merupakan strategi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan dan sifat pelanggan dalam mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. CRM juga dapat diartikan sebagai fungsi terintegrasi dan strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan. Selain itu CRM juga berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang yaitu bidang pemasaran (*marketing*), bidang pemesanan (*order*), dan pelayanan konsumen (*customers service*). Penerapan CRM dapat di lakukan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti pada Travel yang melayani dalam bidang perjalanan reguler bersifat komersil yang dapat mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang.

Seiring berkembangnya teknologi saat ini mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin pesat yang mengakibatkan suatu perusahaan berlomba-lomba untuk dapat menarik minat pelanggan dimana, kualitas pelayanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan pelayanan yang tinggi, pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan. Secara mendasar, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan

pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda. Jika diamati sesungguhnya inti persaingan saat sekarang ini lebih pada bagaimana perusahaan menyadari betul siapa target pasarnya.

Dengan adanya teknologi website yang canggih saat ini serta desktop sebagai penghubung antara *device* dan mengimplementasikan CRM ini kedalam sebuah *website* pada travel dapat dibuat suatu terobosan baru untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. Berdasarkan perkembangan teknologi dan kebutuhan *customer* akan akses layanan yang cepat dan praktis, maka terdapat konsep CRM berbasis web.

Dari kondisi yang ada di perusahaan P.O BUDIMAN Yogyakarta ini, maka perlu dibuatnya suatu sistem yang dapat memberikan informasi harga tiket, kendaraan, jadwal keberangkatan dan promo kepada pelanggan melalui website dengan menggunakan fitur *Short Message Service* (SMS) untuk memberikan informasi tersebut secara personal kepada pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada yaitu “bagaimana membangun relasi antara customer dengan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan yang di implementasikan pada PO. BUDIMAN perwakilan Yogyakarta berbasis web”.

### **1.3 Ruang Lingkup**

Agar penulisan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi masalah pada pembuatan sistem, yang meliputi:

1. Pada sistem akan menggunakan fitur layanan SMS *gateway*.
2. Sistem ini digunakan oleh 3 pengguna yaitu pengunjung, pelanggan, dan admin.
3. Pengunjung dapat melihat informasi tiket dan memesannya.
4. Transaksi pembayaran diluar sistem.
5. Dari data yang telah diproses menghasilkan laporan daftar kendaraan, transaksi, dan grafik pelanggan.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun sistem *Customer Relationship Management* menggunakan SMS *gateway* pada perusahaan Travel untuk meningkatkan pelayanan dan loyalitas kepada pelanggannya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Bagi Perusahaan :

1. Menjadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanan yang di berikan kepada pelanggannya.
2. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Bagi penulis :

1. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah.
2. Sebagai portofolio yang berguna untuk masa yang akan datang.
3. Untuk memenuhi syarat kelulusan Strata Satu (S1) program studi Sistem Informasi di STMIK AKAKOM.

Bagi STMIK :

1. Sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.
2. Sebagai bahan evaluasi bagi kampus dalam mengembangkan keilmuan, yang berkaitan dengan sistem *Customer Relationship Management*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam pembuatan skripsi ini, terbagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian awal yang terdiri dari halama judul, halaman pengesahan, halama pernyataan, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan abstrak. Bagian kedua yaitu bagian isi yang terdiri dari:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI**

Bab ini berisi tinjauan-tinjauan pustaka yang menjelaskan tentang perbandingan penelitian skripsi yang dibuat dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berasal dari sumber jurnal-jurnal yang telah dipublikasi.

Selanjutnya, Dasar Teori, menjelaskan tentang uraian pengertian dasar atau konsep dari penelitian.

### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menjelaskan tentang perancangan dan pembuatan perangkat lunak Sistem *Customer Relationship Management* berbasis web. Perancangan sistem digunakan untuk meningkatkan pelayanan pada perusahaan PO. BUDIMAN perwakilan Yogyakarta.

### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana membangun sistem yang telah dirancang dan menerapkan sistem yang telah dibuat dengan menampilkan *user interface* dan cara penggunaannya.

### BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan pokok-pokok kesimpulan dari penelitian dan saran yang ingin disampaikan kepada pembaca untuk pengembangan penelitian berikutnya.