

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi informasi saat ini yang semakin pesat , membuat para pelanggan pada suatu perusahaan lebih pintar dan semakin banyak memberikan tuntutan . pelanggan lebih mudah dalam mencari informasi , dengan menggali berbagai informasi yang dibutuhkan dari sumber informasi global di dunia maya (*internet*), sehingga para pelanggan dapat mengetahui informasi baik tentang harga, kualitas, sistim pelayanan, pembayaran , serta kemudahan kemudahan lainnya yang dapat ditawarkan oleh perusahaan(Fatmawati,2013)

Survei dari Siswono dalam jurnal yang berjudul Customer Relationship Management menciptakan kesetiaan pelanggan di era Ebisnis yang menunjukkan bahwa kunci keberhasilan perusahaan bukan hanya semata terletak pada produk atau jasa yang ditawarkan, akan tetapi juga mengenai seberapa jauh upaya perusahaan untuk memberikan nilai lebih terhadap para pelanggannya, seperti salah satunya dengan memberikan pelayanan yang dapat melebihi harapan pelanggan (*sevice excellent*). Adapun yang dimaksud pelayanan yaitu serangkaian kegiatan , karena itu pelayanan juga merupakan suatu proses (Asiseh et al., 2013)

Pada era saat ini dalam mempertahankan perusahaan di era globalisasi, perlu adanya suatu sistim informasi yang dapat membuat suatu perusahaan dapat

bertahan lama yaitu memiliki sistem informasi Customer relationship Management(CRM)

Konsep dasar Customer Relationship Management (CRM) diawali dengan mengenal, mengetahui dan menggali apa yang dibutuhkan dan apa yang diharapkan pelanggan dari perusahaan . sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mewujudkan apa yang dibutuhkan dan apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Hal tersebut sangat bermanfaat untuk menciptakan nilai perasaan yang baik terhadap perusahaan dengan sentuhan yang membahagiakan pelanggan yang hasilnya adalah kesetiaan yang diberikan pelanggan kepada perusahaan(PRASOJO & Ruskan, 2019)

TITIA MAKE UP GALLERY merupakan sebuah kegiatan usaha yang menyediakan jasa make up dan tata rias. Sebagai mitra yang berinteraksi dengan konsumen . TITIA MAKE UP GALLERY perlu mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang saat ini . penerapan TI bagi perusahaan mempunyai peran penting dan dapat menjadi strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing. Agar kebutuhan konsumen semakin nyaman , cepat , dan memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan .

selama ini pembokinan makeup online hanya dilakukan menggunakan aplikasi pendukung lainnya seperti , instagram , facebook , dan sosial media lainnya , hal ini membuat ragu para customers untuk melakukan pembokinan , pada proses pembokinan makeup dan tata rias masih menggunakan sebuah catatan kertas saja dan tidak terorganisir dengan baik . pemesanan paket produk

yang tersedia pada TITIA MAKE UP pelanggan harus datang ke lokasi, pelanggan juga tidak bisa mengutarakan keluhan terhadap pelayanan dari TITIA MAKE UP dengan praktis dan mudah, lalu adanya pesaing lain yang lebih dulu menggunakan web untuk pemesanan jasa yang aman dan efisien . dan juga meminimalisir kesalahan yang dilakukan pegawai dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan . oleh karena itu , dengan memanfaatkan teknologi yang ada pada era ini akan memberikan kemudahan – kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk menarik costumers (Virnawati , 2007)

User Centered Desain (UCD) merupakan filosofi perancangan yang menempatkan pengguna sebagai pusat dari proses pengembangan sistem . pendekatan UCD telah didukung berbagai teknik , metoda , tools , prosedur , yang membantu perancangan sistem interaktif yang lebih berpusat pada pengguna. Sasaran UCD adalah lebih dari sekedar membuat produk yang berguna . dalam fase metode User Centered Design (UCD) yang akan penulis jelaskan nanti dapat mengarahkan fitur fitur yang akan dibangun menjadi tolak ukur kepuasan dan loyalitas terhadap pelanggan yang dimana adanya fase Specify The context of use yaitu melakukan wawancara dan observasi pada pihak TITIA MAKE UP dan para pelanggan . fase Specify user and organisational requirement yaitu hasil dari wawancara sebelumnya dengan pihak TITIA MAKE UP dan beberapa pelanggan menghasilkan informasi yang dibutuhkan untuk diterapkan kedalam sistem, fase Produce design solution yaitu fase dimana melakukan pemodelan sistem dengan menggunakan diagram konteks dan DFD , fase Evaluate design against user requirements yaitu pada tahap ini , akan dilakukan pengujian sistem yang telah

dirancang dan diuji coba untuk mengetahui sistem tersebut sudah sesuai seperti yang diinginkan atau belum . sehingga metode User Centered Design ini sangat cocok untuk membangun fitur – fitur yang menunjukkan bagaimana Strategi Customer Relationship Management diterapkan(Hakim, 2020)

Berdasarkan referensi dari penelitian terdahulu oleh (Kurniawan, 2010) dengan judul Perancangan CRM (Customer Relationship Management) pada PO Dedy Jaya Berbasis Website Menggunakan Metode *User Centered Design (UCD)* Sebagai Upaya Menjaga Kesetiaan Pelanggan , dengan metode ini dapat diperoleh hasil berupa terwujudnya sebuah Aplikasi Customer Relationship Management untuk mempermudah , mempercepat dan mengoptimalkan kualitas pelayanan pelanggan, karena metode *User Centered Design (UCD)* melibatkan pelanggan atau konsumen untuk berinteraksi dengan media atau sistem yang dibangun sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan secara lebih optimal.

Metode *User Centered Design (UCD)* melibatkan langsung calon pengguna pada sesi awal pengembangan *website* sehingga calon pengguna dapat menuangkan masukan mengenai antarmuka aplikasi , ditambah pelanggan yang juga calon pengguna sistem secara tidak langsung akan merasa dihargai atas keterlibatan dalam perancangan *website* yang akan dibangun serta hasil akhir pembangunan *website* ini diharapkan menghasilkan tampilan dan fungsionalitas yang maksimal (Razak,2015)

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dinarasikan diatas maka penulis menyusun skripsi dengan judul “ **PERANCANGAN CRM**

# **(CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA SALON TITIA MAKE UP – GALLERY MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN (UCD) SEBAGAI UPAYA MENJAGA KESETIAAN PELANGGAN”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat media transaksi pemesanan dan pelayanan pada Titia Make up gallery yang sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan ?
2. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management(CRM) pada Titia make up galley dalam menciptakan nilai optimal bagi pelanggan
3. Bagaimana penerapan bahasa pemrograman PHP dan database MYSQL dalam pembuatan aplikasi Customer Relationship Management (CRM) pada Titia Makeup Gallery ?

## **1.3 Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah maka ditariklah sebuah hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan dengan adanya sistem informasi pemesanan secara online ini diharapkan memudahkan pelanggan Titia Make up gallery dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan.
2. Diharapkan dengan menerapkan customer relationship management pada Titia Makeup Gallery ini maka dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan baru maupun pelanggan lama sehingga dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan dan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Dengan dirancangnya Bahasa pemrograman PHP dan database MYSQL dalam pembuatan aplikasi Customer Relationship Management (CRM) pada Titia Makeup Gallery yang memiliki fitur booking service dan membuat data pelanggan lebih terorganisir lebih baik .

#### **1.4 Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas maka perlu ditentukan batasan-batasan terhadap sistem yang dibahas, tujuannya agar pemecahan masalah tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai dan sesuai dengan judul yang penulis sajikan, maka penulis membuat batasan permasalahan secara umum yaitu:

1. .Sistem informasi ini dibangun hanya sesuai dengan kebutuhan yang berkenaan dengan Titia Make Up Gallery

2. Pembuatan sistem ini menggunakan PHP dan Database MySql dalam menyelesaikan masalah pengolahan data pemesanan pada Titia Make Up Gallery.
3. Data yang dianalisa berdasarkan observasi dan data pelanggan berdasarkan data yang didapat dari pihak Titia Make Up Gallery

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Memahami ilmu pengetahuan yang di dapat sebagai acuan dalam menciptakan sebuah aplikasi pemesanan dan pengolahan data secara online.
2. Merancang sebuah aplikasi pemesanan dan pengolahan data yang dapat terintegrasi di web dan dapat beroperasi sesuai dengan tujuan yang diharapkan.
3. Membangun serta menampilkan aplikasi pemesanan dan pengolahan data pada web sehingga dapat dimanfaatkan oleh pengguna yang membutuhkannya.
4. Memudahkan dalam pembuatan laporan pemesanan yang sebelumnya dibuat secara manual agar dapat berjalan dengan cepat dan baik dalam meningkatkan pelayanan pada Titia Make Up Gallery.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Penulis**

Menambah wawasan peneliti dalam pengolahan data pemesanan di Titia Make Up Gallery

### **2. Titia Make Up Gallery**

Menambah wawasan bagi pembaca untuk mempergunakan sistem informasi ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **1.7 Tinjauan Umum Perusahaan**

TITIA MAKE UP GALLERY merupakan sebuah kegiatan usaha yang menyediakan jasa make up dan tata rias. Sebagai mitra yang berinteraksi dengan konsumen. TITIA MAKE UP GALLERY perlu mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang saat ini. penerapan TI bagi perusahaan mempunyai peran penting dan dapat menjadi strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing. Agar kebutuhan konsumen semakin nyaman , cepat , dan memberikan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan

### **1.7.1 Struktur Organisasi**

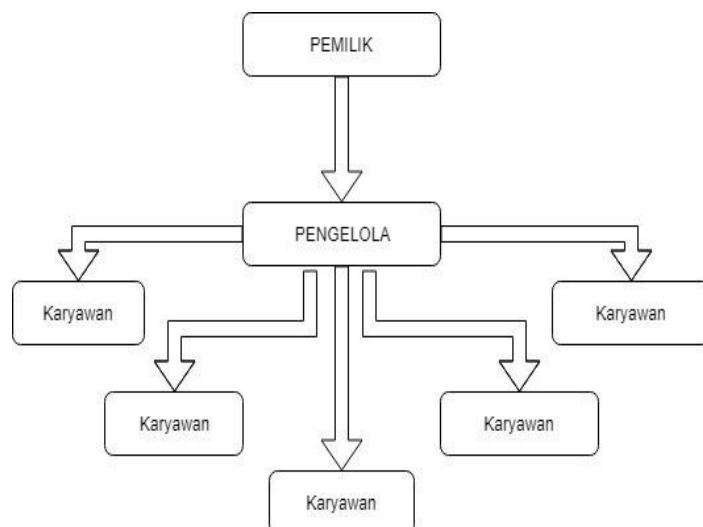


Sebelum membahas mengenai Struktur Organisasi pada Titia Make up Gallery ini, terlebih dahulu akan dikemukakan pengertian dari organisasi itu sendiri. Organisasi adalah suatu kelompok manusia yang bekerjasama sama untuk mencapai tujuan bersama untuk mencapai tujuan bersama atas dasar pembagian tugas yang disusun secara bertingkat yang telah ditetapkan.

Pada umumnya organisasi akan memanfaatkan berbagai sumber daya tertentu dalam rangka untuk mencapai tujuan, seperti; uang, mesin, metode atau cara, lingkungan, sumber daya manusia, dan sumber daya lainnya, yang dilakukan secara sistematis, rasional, dan terkendali.

Pengertian organisasi dalam dunia bisnis yaitu sekelompok orang atau grup yang berkolaborasi bersama-sama demi mencapai tujuan komersil. Layaknya organisasi non-profit, dalam dunia bisnis istilah ini juga memiliki struktur yang jelas dan sudah memiliki budaya kerja. Karena itu, beda organisasi akan beda pula struktur dan tujuannya. Struktur organisasi pada Titia Make Up Gallery berbentuk garis ini dapat dilihat pada gambar 1.1

### STRUKTUR ORGANISASI



**Gambar 1.1 Struktur organisasi**

*Sumber : Titia Make up Gallery*

**1.7.2 Tugas Masing – Masing Bagian**

1. Pemilik

Sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor dalam menjalankan dan memimpin tempat usaha Titia Make Up Galley.

2. Pengelola

Membantu perusahaan dalam memasarkan dan mendapatkan informasi secara menyeluruh tentang perilaku pelanggan, agar perusahaan bisa memperbaiki sistim pelayanan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan

3. Karyawan

Bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan *Make UP* , seperti *Make up* pengantin, *Make up* Wisuda