

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

PT. Kimia Farma merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan obat. Pada PT. Kimia Farma konsumen sering mengeluh dengan pelayanan yang ada, sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Kimia Farma. Hal tersebut terjadi karena sistem yang berjalan pada perusahaan masih bersifat semi komputerisasi, dan pengisian kuesioner masih dilakukan secara manual. Untuk mengatasi kendala yang dihadapi, maka dibutuhkan suatu sistem yang khusus tentang manajemen *customer*, dengan menerapkan *Electronic Customer Relationship Management* maka pelanggan dapat menyampaikan complain/ keluhan secara online tanpa memakan waktu yang cukup lama serta mempermudah perusahaan dalam membuat rating keluhan pelanggan dalam pelayanan pada PT. Kimia Farma Medan. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi *E-Customer Relationship Management* pada PT. Kimia Farma yang dapat diakses secara online sebagai informasi bagi perusahaan dan customer. E-CRM juga dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan dari perusahaan tersebut. Hal ini menjadi sarana untuk mempertahankan hubungan perusahaan dengan pelanggan demi mewujudkan loyalitas pelanggan, dengan merancang system yang baru maka pelanggan dan pihak perusahaan akan dapat melakukan kerja sama yang baik.

Seiring dengan perkembangan teknologi, CRM juga mengalami perkembangan. CRM yang awalnya mengelola hubungan pelanggan dengan bertemu secara langsung, kini bisa dilakukan melalui media elektronik atau disebut *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*. Bentuk E-CRM berupa media online yang paling umum digunakan adalah website portal perusahaan dikarenakan kemudahan dalam membuat website, biaya yang tidak terlalu mahal, dan dapat diakses oleh siapa saja.

E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) adalah suatu usaha mengelola relasi antara perusahaan dengan pelanggan dalam rangka peningkatan loyalitas pengkonsumsian produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan dengan memanfaatkan peralatan elektronik seperti TV, Radio, Telepon dan Internet. CRM, menjadi amat berharga ketika kompetisi meningkat dan jumlah pelanggan makin banyak. Teknologi E-CRM yang tepat dan memadai akan membantu permasalahan yang dihadapi perusahaan terkait bagaimana meningkatkan loyalitas perusahaan terhadap pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis jabarkan diatas, untuk menunjang kinerja perusahaan dalam meningkatkan pelayanan kepada *customer* dan meningkatkan loyalitas *customer* maka penulis tertarik untuk mengambil judul : **“Penerapan E-Customer Relationship Pada PT.Kimia Farma Berbasis Web”**.

I.2 Ruang Lingkup Permasalahan

I.2.1 Identifikasi Masalah

Sebagaimana yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Belum optimalnya aktifitas pelayanan terhadap *customer* dimana respon terhadap suatu permasalahan yang dihadapi *customer* masih lambat sehingga perusahaan banyak menerima keluhan dan masukan dari *customer*.
2. Pelayanan *customer* masih dilakukan secara langsung, dimana belum ada sistem pelayanan customer pada PT.Kimia Farma yang dapat diakses secara *online*.
3. Perlunya penerapan *E-Customer Relationship Management* pada PT.Kimia Farma untuk memberikan pelayanan yang prima dan tepat waktu.

I.2.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menganalisa *Customer Relationship Management* pada PT.Kimia Farma?
2. Bagaimana merancang aplikasi *E-Customer Relationship Management* pada PT.Kimia Farma?
3. Bagaimana mengimplementasikan *E-Customer Relationship Management* pada PT. Kimia Farma ?

I.2.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya masalah dari topik pembahasan penelitian ini, maka pembahasan masalah hanya mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Aplikasi *E-Customer Relationship Management* yang dibangun dapat diakses secara *online*.
2. Tidak membahas tentang pembayaran dan penjualan *online*.
3. Penggunaan data masukkan sistem diantaranya seperti data katalog, data produk, data administrator, data kategori produk, dan data pemesanan.
4. Penggunaan data keluaran sistem diantaranya informasi yang berkaitan dengan *E-Customer Relationship Management* seperti informasi transaksi pemesanan produk obat.

I.3 Tujuan dan Manfaat

I.3.1 Tujuan

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk merancang aplikasi *E-Customer Relationship Management* pada PT.Kimia Farma.
2. Untuk mengimplementasikan aplikasi *E-Customer Relationship Management* pada PT.Kimia Farma sehingga dapat menjadi media komunikasi aktif antara perusahaan dan *customer*

I.3.2 Manfaat

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Memberikan pemahaman penerapan *E-Customer Relationship Management* pada perusahaan.
2. Terciptanya sistem yang mudah digunakan dan dapat mempercepat proses pengolahan data termasuk pembuatan laporannya.
3. Dapat merealisasikan *E-Customer Relationship Management* pada PT. Kimia Farma sehingga E-CRM bisa dilakukan secara lebih efektif.

I.4 Metodologi Penelitian

Penulis melakukan pengumpulan data-data yang berkaitan dengan penelitian penulis guna mendapatkan data-data dan informasi tentang permasalahan perusahaan yang berdasarkan teori *Customer Relationship Management*. Pengumpulan data yang dilakukan diantaranya :

1. Studi Pustaka (*Library Reasearch*)

Pada studi ini penulis mengutip dari beberapa bacaan yang berkaitan dengan *E-Customer Relationship Management*. Pengutipan yang dilakukan dapat berupa teori ataupun beberapa pendapat dari beberapa buku bacaan ataupun buku diktat yang dipergunakan selama kuliah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan landasan teori yang kuat melalui buku-buku atau literatur yang penulis gunakan.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan dilakukan dengan cara melibatkan pihak-pihak yang berkompeten dalam *Customer Relationship Management*. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data-data dan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan permasalahan yang di teliti. Studi lapangan meliputi :

a. *Observasi* (Pengamatan Langsung)

Pada bagian ini penulis mengamati proses penyampaian informasi yang diberikan kepada *customer* dari bagian customer service baik melalui percakapan langsung dengan *customer* atau melalui telepon.

b. *Interview* (Wawancara)

Pada bagian ini dilakukan proses wawancara langsung dengan manajemen PT. Kimia Farma untuk mendapatkan informasi – informasi seperti: sistem yang sedang berjalan, dan kelemahan dari sistem yang ada sehingga perlu dibuatkan sistem yang baru pada pada PT.Kimia Farma. Adapun wawancara yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem yang berjalan pada PT. Kimia Farma dalam mengatur dan menjalin hubungan baik antara perusahaan dan *customer* ?

Jawab : Agar hubungan baik antara perusahaan dan *customer* dapat terjalin dengan baik, perusahaan menggunakan layanan *customer service* yang dapat dimanfaatkan oleh *customer* untuk mendapatkan informasi.

2. Apakah permasalahan yang ditemui selama ini dalam penanganan customer ?

Jawaban : Untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan seputar perusahaan, *customer* harus datang langsung ke perusahaan dengan mengajukan pertanyaan ke layanan *customer service* perusahaan.

3. Bagaimana solusi yang diharapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut ?

Jawaban : Perusahaan membutuhkan aplikasi yang dapat diakses secara online sebagai pintu gerbang pusat dalam hal menjalin komunikasi yang baik dengan *customer* sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada *customer*.

I.4.2 Metode Pengembangan Sistem

Pengembangan sistem dapat berupa menyusun suatu sistem yang baru dan menggantikan sistem yang lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang telah ada.

1. Analisis Kebutuhan

Berisi tentang hal-hal yang harus ada pada hasil perancangan agar mampu menyelesaikan masalah yang ada sesuai tujuan. Data yang dibutuhkan dalam melakukan perancangan sistem adalah data penjualan obat, data customer, data pengguna dan bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat aplikasi adalah *PHP*.

2. Desain Sistem

Secara umum perancangan sistem pada Penerapan Penerapan E-Customer Relationship Management Pada PT.Kimia Farma menggunakan model perancangan *Unified Modelling Language* yaitu *use case diagram*, *class diagram*, *activity diagram* dan *sequence diagram*.

3. Tools

Adapun perangkat yang digunakan oleh peneliti yang digunakan untuk membangun sistem yang baru adalah perseonal *computer core I3*, PHP dan *MySql*.

4. Metode

Penulis memilih Penerapan E-Customer Relationship Management dalam menyelesaikan laporan penelitian ini dan sangat tepat dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

5. Pengujian Program

Pada tahap ini dilakukan pengujian aplikasi secara menyeluruh, meliputi pengujian fungsional dan pengujian ketahanan sistem. Pengujian secara *black box (interface)* yaitu pengujian perangkat lunak yang tes fungsionalitas dari aplikasi yang bertentangan dengan struktur internal atau kerja. Pengetahuan khusus dari kode aplikasi atau struktur internal dan pengetahuan pemrograman pada umumnya tidak diperlukan, pengujian tersebut untuk masing-masing blok peralatan yang dirancang.

5. *People*

Pada tahap ini *E-Customer Relationship Management* pada PT. Kimia Farma sudah melewati tahap validasi dan verifikasi dan siap untuk digunakan oleh PT. Kimia Farma dan *customer* dan peneliti.

I.5 Kontribusi Penelitian

Kontribusi dari penelitian yang dilakukan pada PT. Kimia Farma adalah aplikasi *E-Customer Relationship Management* yang dapat diakses secara online untuk memberikan kemudahan kepada *customer* dalam mendapatkan pelayanan yang optimal sehingga dapat meningkatkan loyalitas *customer* terhadap perusahaan. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi penelitian terkait penerapan E-CRM dalam suatu perusahaan seperti penerapan E-CRM dalam perusahaan berbasis *smartphone android*.

I.6 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi tempat riset penulis yaitu pada PT. Kimia Farma Apotik yang beralamat di Jl. Palang Merah No. 32 Medan 20111, Telp : (061) 4576023-4538938-4516999, Website : <http://kimiafarma.co.id>, Email : kfa24@yahoo.com.

I.7 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang dilengkapi dengan penjelasan, Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan dasar pemikiran, kebutuhan atau alasan yang menjadi ide penulis untuk mengikat judul tersebut menjadi judul skripsi, terdiri dari latar belakang, ruang lingkup masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian, kontribusi penelitian, lokasi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang studi literatur dan dasar teori yang digunakan sebagai penunjang serta referensi dalam rancang bangun *E-Customer Relationship Management* pada PT.Kimia Farma.

BAB III ANALISA DAN DESAIN SISTEM

Pada bab ini berisikan analisa masalah pada sistem yang berjalan, strategi penyelesaian masalah, desain sistem baru menggunakan *use case diagram*, *class diagram*, *activity diagram* dan *sequence diagram*, desain database (normalisasi dan desain *tabel* dan desain *user interface*.

BAB IV HASIL DAN UJICOBA

Pada bab ini berisikan hasil dari rancang bangun *e-customer relationship management* pada PT.Kimia Farma dan pengujian yang

dilakukan pada aplikasi yang sudah dibangun menggunakan skenario pengujian dan hasil pengujian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari pemecahan masalah yang telah didefinisikan sebelumnya serta saran berisikan kelemahan sistem yang dibangun dan dianggap penting untuk diperhatikan atau dijalankan pada masa yang akan datang untuk kesempurnaan hasil penelitian.