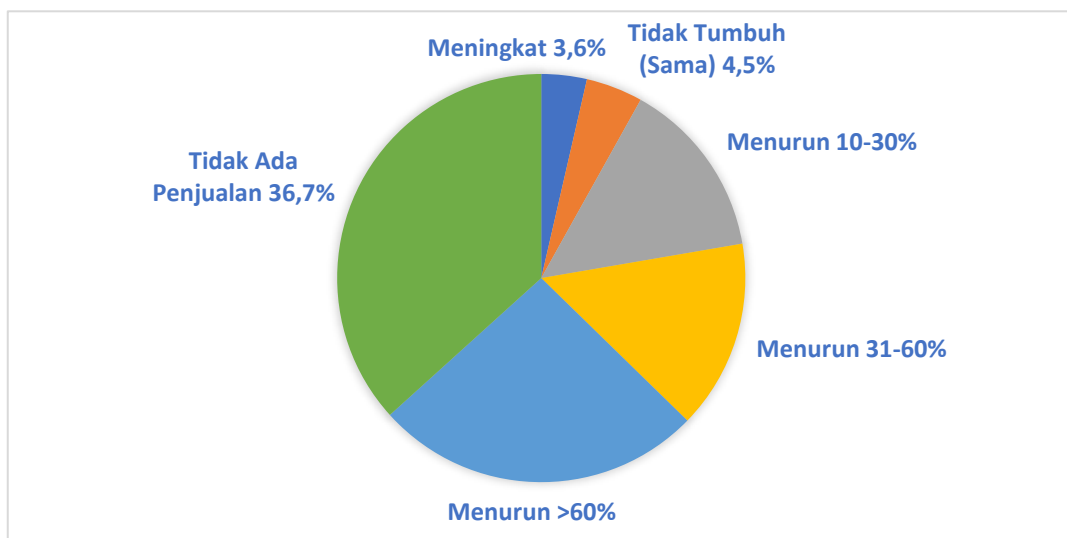


# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian di Indonesia khususnya bagi para pemilik Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM bahkan menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Maka dari itu, karena adanya pandemi Covid-19, mengakibatkan banyaknya UMKM yang mengalami kesulitan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang mengakibatkan sulitnya dalam meningkatkan pendapatan di perusahaan (Pakpahan,2020).



Gambar I. 1 Penurunan Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19 (ABDSI,2020)

Menurut (ABDSI, 2020) Dampak Covid-19 juga sangat terasa terutama bagi para pemilik UMKM di Indonesia. Hampir seluruh UMKM mengalami penurunan dalam penjualannya. Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat sebesar 36.7% pemilik UMKM tidak memperoleh penjualan, sedangkan 26% nya mengalami penurunan dalam penjualannya. Di sisi lain, hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan. Berdasarkan *survey* dari penelitian sebelumnya sebagian besar dari proses bisnis yang dimiliki oleh UMKM masih dilakukan secara manual dan hanya sebagian kecil dari UMKM yang mampu dalam mengimplementasikan aplikasi untuk membantu kegiatan operasional mereka serta sebagian besar kegiatan operasional yang dilakukan masih terpisah-pisah (Saputro et al., 2010).

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan salah satu UMKM Produksi yaitu PT. Garsel mengatakan bahwa adanya kendala yang sedang dialami oleh perusahaan akibat dampak dari Covid-19 yang cukup signifikan. Kendala tersebut diberitahukan bahwa seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya perusahaan, semakin banyak dan beragam pula data yang dimiliki. Hal ini cukup menyulitkan pihak perusahaan dalam mengelola data pelanggannya, terlebih kendala tersebut mengakibatkan hilangnya loyalitas pelanggan di perusahaan. Begitu pula data-data yang masih belum terintegrasi secara otomatis dengan kata lain sistem yang digunakan oleh perusahaan masih dilakukan secara manual sehingga sulitnya dalam melakukan pengelolaan khususnya pada data pelanggan.

Dalam hal ini, karena banyaknya UMKM termasuk PT. Garsel mengalami penurunan dalam penjualan dan mengakibatkan hilangnya loyalitas hubungan dengan pelanggan maka Customer Relationship Management (CRM) merupakan solusi terbaik yang diberikan untuk mengatasi permasalahan dalam UMKM tersebut. Menurut Chen & Popovich (2003), CRM merupakan kombinasi dari orang, proses, dan teknologi yang berusaha memahami pelanggan perusahaan. Ini adalah pendekatan terintegrasi mengelola hubungan dengan berfokus pada retensi pelanggan dan pengembangan hubungan. Maka dari itu, dengan diterapkannya CRM, dapat memungkinkan UMKM untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah secara terus-menerus kepada pelanggan.

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan fungsi dan yang ada pada CRM, salah satu fungsinya yaitu *Analytics CRM*. *Analytics CRM* memiliki peran penting dalam melakukan strategi untuk menarik pelanggan. Menurut Buttle (2009), *Analytics CRM* mengacu pada penggunaan data pelanggan yang dihasilkan oleh alat operasional untuk mengelola kinerja bisnis, sehingga meningkatkan organisasi dan nilai pelanggan. Selain itu, *Analytics CRM* juga melibatkan pengumpulan, penambangan, integrasi, organisasi, pemrosesan, analisis, interpretasi, dan penggunaan data yang dihasilkan dari operasi bisnis untuk meningkatkan nilai tambah pelanggan dan perusahaan. Sehingga, dengan menggunakan fungsi *Analytics CRM* dapat menghasilkan hubungan pelanggan yang lebih baik dan lebih produktif dengan evaluasi layanan pelanggan, menganalisis pelanggan, dan dapat melakukan verifikasi data pengguna yang ada pada UMKM.

Aplikasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah Salesforce. Salesforce sendiri merupakan perusahaan yang menyediakan teknologi berbasis *cloud* yang menyediakan layanan CRM sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan bisnis suatu perusahaan. Menurut (Manohar, 2017), menjelaskan bahwa Salesforce dapat membantu menangani hubungan pelanggan. Dalam Salesforce kita juga tidak perlu lagi menginstal aplikasi di komputer, cukup koneksi internet. Salesforce juga dapat diakses dari mana saja. Selain itu, Salesforce juga dapat membantu menjalin kontak dengan pelanggan sehingga dapat lebih memahami kebutuhan UMKM, membantu menemukan peluang baru, dan menyelesaikan masalah yang ada pada UMKM Produksi dengan cepat.

Salah satu fitur Salesforce yang berhubungan dengan fungsi analytics untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu fitur *Reports and Dashboard*, yang dimana fitur ini mempunyai kegunaan dalam membantu memberikan wawasan kepada organisasi khususnya dalam melacak penjualan dan pelanggan. Fitur *Reports and Dashboard* menyediakan pelaporan transaksional yang dibangun secara *real-time* dan juga memberikan metrik dasar secara *real-time*. Sehingga dengan menggunakan fitur ini, perusahaan dapat menganalisis data pelanggan serta alur penjualan yang berguna untuk mengambil keputusan selanjutnya dengan tepat yang akan dilakukan oleh perusahaan (Salesforce.com).

Dari pemaparan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan fungsi-fungsi yang ada pada Salesforce khususnya fungsi analytics dengan menggunakan fitur *Reports and Dashboard* agar perusahaan dapat menunjang efektifitas layanan pelanggan dan dapat mengambil keputusan selanjutnya dengan tepat sesuai dengan kebutuhan.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat disusun untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kustomisasi fitur *Reports and Dashboard* yang tepat pada aplikasi Salesforce yang dapat meningkatkan segmentasi pelanggan PT. Garsel?
2. Bagaimana integrasi fitur *Reports and Dashboard* yang tepat pada aplikasi Salesforce yang dapat meningkatkan segmentasi pelanggan PT. Garsel?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, dapat diuraikan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Mengkustomisasi fitur *Reports and Dashboard* pada aplikasi Salesforce agar dapat meningkatkan segmentasi pelanggan PT. Garsel.
2. Mengintegrasikan fitur *Reports and Dashboard* dengan tepat pada aplikasi Salesforce yang dapat meningkatkan segmentasi pelanggan PT. Garsel.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan, adapun manfaat yang diharapkan bisa didapatkan dari penelitian ini dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Manfaat bagi UMKM

Dapat meningkatkan segmentasi pelanggan bagi PT. Garsel.

2. Manfaat bagi peneliti

Peneliti mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Customer Relationship Management (CRM).

### **I.5 Batasan Masalah**

Adapun batasan-batasan masalah yang ada dalam penelitian ini meliputi:

1. Teknologi yang digunakan adalah aplikasi Salesforce.
2. Fokus yang dibahas pada penelitian ini adalah fitur *Reports and Dashboard*.
3. Perancangan sistem ini dilakukan berdasarkan business flow process yang telah disesuaikan dengan kebutuhan bisnis PT. Garsel.
4. Penelitian ini dilakukan hanya sampai User Testing pada tahap Validate.
5. Penelitian ini hanya membahas mengenai Business to Customer.
6. Penelitian ini tidak membahas mengenai biaya yang dibutuhkan dalam melakukan perancangan CRM yang dibuat.
7. Penelitian ini tidak membahas keuntungan dari perancangan CRM yang dibuat.
8. Penelitian ini tidak membahas keamanan yang terdapat pada sistem aplikasi yang dibuat.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika untuk penulisan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini memaparkan uraian latar belakang diangkatnya topik penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

### **3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, dan mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi 3 dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data, melakukan uji instrumen, merancang analisis pengolahan data.

### **4. BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis dan perancangan pada penelitian secara terperinci meliputi: profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan penjelasan sistematika yang dipakai pada penelitian ini yaitu Salesforce Implementation Methodology.

### **5. BAB V HASIL DAN EVALUASI**

Secara keseluruhan bab ini membahas secara mendetail mengenai hasil dari penelitian dan refleksinya terhadap tujuan penelitian. Untuk penelitian yang berfokus pada merancang sistem informasi/ aplikasi maka penamaan bab ini mengikuti tahapan penerapan SDLC yang digunakan dalam penelitian.

### **6. BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari pertanyaan penelitian yang disajikan di pendahuluan. Saran penelitian dikemukakan pada bab ini untuk penelitian selanjutnya.