

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

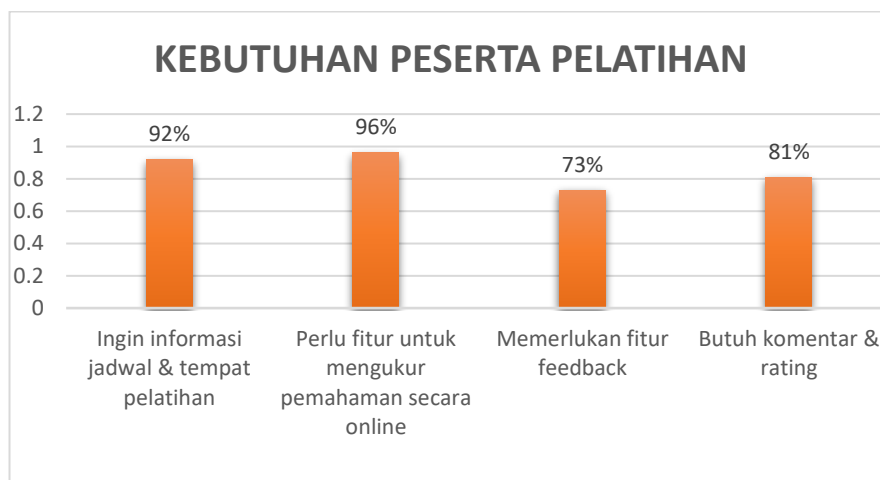
Pada era modern yang semakin kompetitif ini, khususnya perihal ekonomi yang semakin sulit karena banyak terjadi persaingan di dalam dunia bisnis. Banyak dari mereka yang saling bersaing untuk menjadi nomor satu, sehingga hal itu mempengaruhi para *entrepreneur* untuk bergerak maju dalam memperbaiki bisnis yang sedang mereka jalankan (Dayanti et al., 2022). *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi inti di dalam perusahaan dengan menggunakan pendekatan teknologi yang saling terintegrasi untuk mengidentifikasi, memperoleh dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengelola dan mengkoordinasikan interaksi pelanggan di berbagai saluran, departemen, dan lini bisnis (Voutama, 2022). CRM menjadi usaha perusahaan untuk menjual produk atau jasa dalam meningkatkan dan menjaga hubungan baik terhadap para pelanggannya (Febriansyah & Amalia, 2023).

PT Sinergi Informatika Nusantara Utama atau yang di singkat “SINAU JOGJA” adalah perusahaan yang bergerak di bidang Pendidikan dan Pelatihan baik IT maupun Non-IT untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia baik di instansi Pemerintahan, *Banking*, Akademik dan Swasta, yang menerapkan konsep *Edutainment*, dengan proses pendidikan dan pelatihan yang di padukan antara unsur pendidikan dan hiburan secara bersamaan. Sinau Jogja sudah menggunakan

teknologi di dalam sistem mereka yaitu, pemasangan *wifi* di kantor dan sebuah sistem untuk karyawan di Sinau Jogja. Pelatihan diadakan di perusahaan PT. Sinergi Informatika Nusantara Utama, perusahaan menyediakan 3 ruangan untuk ditempati selama pelatihan dan setiap ruangan bisa diisi masing-masing 6-8 orang, pelatihan ditujukan kepada siapa saja yang ingin belajar dan kebanyakan peserta bisa berasal dari instansi serta perusahaan lain yang dekat maupun jauh.

Proses pelatihan dimulai dengan promosi dari *sales* SJ (Sinau Jogja) melalui *flyer* dan *banner* di media sosial. Jika tertarik, peserta menghubungi *sales* SJ untuk surat penawaran. Surat penawaran dibawa ke atasan/manager/HR perusahaan. Setelah disetujui, *sales* mengirim *form* pendaftaran kepada peserta/perusahaan. *Sales* mendaftarkan *form* pendaftaran ke *finance* SJ untuk *invoice*/tagihan. Pembayaran pelatihan dilakukan ke nomor rekening perusahaan SJ. *Sales* membuat grup WhatsApp untuk informasi pelatihan. Peserta datang ke lokasi pelatihan dengan SPJ (Surat Penanggung Jawab). Pelatihan dimulai, dan pembayaran diselesaikan setelah pelatihan selesai.

Berdasarkan observasi, wawancara dengan bapak Ayubi selaku *Manager* Operasional di perusahaan dan penyebaran kuisioner yang telah dilakukan di PT. Sinergi Informatika Nusantara Utama, ditemui permasalahan yaitu belum ada *platform* pelayanan pelanggan selain *call center*.



Gambar 1.1. Kebutuhan peserta pelatihan

Menurut kuisisioner yang telah disebar, peserta pelatihan mengalami kesulitan untuk mencari informasi seputar pelatihan sehingga hal tersebut menjadi alasan penulis untuk membangun *website* CRM berdasarkan persetujuan perusahaan dan peserta pelatihan yang mengisi kuisisioner. 92% dari 26 peserta pelatihan ingin *website* CRM menyediakan informasi seputar pelatihan seperti jadwal pelatihan dan tempat pelatihan selama menjalani pelatihan di perusahaan. Selain itu, 96% peserta pelatihan juga membutuhkan sebuah fitur untuk mengukur pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan secara *online*. Perusahaan ingin meningkatkan layanan mereka dengan memperbaiki formulir umpan balik peserta pelatihan dan hal itu telah disetujui oleh peserta pelatihan sebanyak 73% peserta pelatihan yang mengisi kuisisioner.

*Website* CRM yang dibangun sebagai *platform* pelayanan peserta pelatihan akan menyediakan informasi seputar pelatihan seperti jadwal pelatihan dan tempat pelatihan. Menyediakan sebuah fitur uji kompetensi untuk mengukur pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan secara *online* agar peserta

pelatihan bisa mengaksesnya dari mana saja asalkan terhubung dengan internet serta tidak terbatas pada lokasi atau waktu tertentu. Memperbaiki formulir *feedback* perusahaan yang sebelumnya menggunakan kertas menjadi sebuah fitur *feedback* di *website* CRM agar peserta pelatihan bisa mengakses *feedback* kapan saja, lebih cepat dan efisien sehingga hal tersebut bisa menghemat biaya dan data bisa lebih mudah dianalisa oleh perusahaan. Penggunaan CRM penting digunakan untuk membantu perusahaan dalam mengelola informasi peserta pelatihan dengan efisien, memastikan pencatatan setiap interaksi, dan menawarkan pelayanan yang lebih responsif (cepat dan efektif). Pemilihan metode *Rapid Application Development* (RAD) digunakan penulis dikarenakan pengembangan perangkat lunak dapat dilakukan dalam waktu yang cepat dan RAD juga lebih fokus untuk mengikutsertakan pengguna dalam tahapan proses pengembangan. Sehingga cocok dengan kebutuhan saat ini yang memerlukan waktu pengembangan *website* CRM yang cepat dan mengikutsertakan pengguna yaitu peserta pelatihan dalam tahapan proses pengembangan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah membuat *website* dengan konsep CRM sebagai *platform* pelayanan peserta pelatihan yang menyediakan informasi seputar pelatihan seperti jadwal pelatihan dan tempat pelatihan agar dapat meningkatkan pengalaman peserta pelatihan dengan menyediakan akses yang mudah dan informasi yang transparan seputar pelatihan yang diselenggarakan. Penambahan fitur uji kompetensi dengan menyajikan 20 soal secara random terhadap materi yang disampaikan secara *online* untuk mengukur pemahaman peserta. Menyuguhkan fitur *feedback* agar peserta pelatihan dapat memberi rating, kritik

dan saran berdasarkan kebutuhan dari 81% peserta pelatihan perihal materi yang diajarkan, pembawa materi dan fasilitas yang disediakan selama menjalani pelatihan di PT. Sinergi Informatika Nusantara Utama. Fitur yang ada di dalam *website* CRM ditambahkan menurut kebutuhan peserta pelatihan melalui kuisisioner dan *website* CRM hanya bisa diakses oleh peserta pelatihan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana membangun *website* CRM sebagai *platform* pelayanan peserta pelatihan dengan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD)?
- b. Bagaimana hasil pengujian *website* CRM kepada perusahaan dan peserta pelatihan?

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah dari perumusan penelitian berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang adalah:

- a. *Website* CRM terintegrasi dengan sistem karyawan di perusahaan yang sudah ada.
- b. *Website* CRM dibangun sebagai *platform* pelayanan peserta pelatihan di PT. Sinergi Informatika Nusantara Utama yang menyediakan informasi seputar pelatihan seperti tempat, kelas dan jadwal pelatihan.

- c. *Website* CRM menyajikan fitur uji kompetensi soal secara online berdasarkan materi pelatihan.
- d. *Website* CRM menyuguhkan fitur *feedback* dengan memberikan rating, kritik dan saran mengenai materi, fasilitas dan narasumber (pelatih).
- e. *Website* CRM ini bisa diakses oleh peserta pelatihan dan trainer PT. Sinergi Informatika Nusantara Utama.
- f. *Trainer* hanya bisa menambah, melihat dan menghapus kuis.
- g. *Website* CRM tidak menangani pembayaran pelatihan.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berikut ini adalah tujuan penelitian dalam penerapan metode RAD dalam sistem CRM berbasis *website*:

- a. Menyediakan *website* CRM sebagai *platform* pelayanan peserta pelatihan yang menyediakan informasi seputar pelatihan menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)*.
- b. Hasil dari pengujian *User Acceptance Testing (UAT)*, dan *Business Acceptance Testing (BAT)* menunjukkan bahwa *website* CRM telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan peserta pelatihan

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Berikut ini adalah manfaat penelitian dalam penerapan metode RAD dalam sistem CRM berbasis *website*:

### **1.5.1. Untuk Mahasiswa**

1. Dapat membantu mahasiswa untuk mengembangkan potensi serta keterampilan dalam bidang pemrograman.
2. Mahasiswa akan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang penerapan sebuah sistem CRM di perusahaan.

### **1.5.2. Untuk STMIK AMIKOM Surakarta**

1. Penelitian ini dapat mengharumkan nama kampus sebagai Lembaga yang menghasilkan penelitian dan inovasi yang signifikan.
2. Kampus dapat menjalin kemitraan dan kolaborasi yang bermanfaat, seperti MBKM, proyek bersama, atau pertukaran pengetahuan dengan pihak perusahaan.

### **1.5.3. Untuk PT. Sinergi Informatika Nusantara Utama**

1. Dapat membantu PT. Sinergi Nusantara Utama dalam melakukan proses meningkatkan hubungan dengan peserta pelatihan, mempertahankan serta menjaga hubungan dengan peserta pelatihan secara *online* menggunakan sistem CRM.
2. Dapat memudahkan pemilik perusahaan dalam mengatur kebutuhan peserta pelatihan menggunakan *website* CRM sehingga peserta pelatihan nyaman.