

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT IMCO Silica Jaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri pembuatan *silica gel*. Perusahaan ini menghadapi tuntutan yang semakin kompleks dan beragam dalam mengelola hubungan dengan pelanggan. Dalam upaya untuk menghadapi tuntutan tersebut, perusahaan ini bermaksud untuk mengadopsi aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis *website*.

Untuk menjalin hubungan erat dengan pelanggan, banyak perusahaan saat ini menggunakan *Customer Relationship Management* (CRM). Pelanggan dapat mempertahankan kesetiaan mereka dan tidak mudah berpindah ke bisnis lain dengan CRM [1]. CRM adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan membantu mereka mengetahui apa yang diharapkan dan dibutuhkan pelanggannya, yang menghasilkan komunikasi dua arah atau timbal balik [2].

Salah satu konteks umum di mana evaluasi sistem informasi telah dibahas dalam literatur adalah evaluasi pra-implementasi, evaluasi formatif, dan evaluasi pasca-implementasi. Evaluasi sistem informasi telah dilakukan secara menyeluruh di berbagai konteks dalam kaitannya dengan semua fase siklus hidup pengembangan sistem [3].

Namun, sebelum implementasi penuh dilakukan, evaluasi pre-implementasi menjadi tahap krusial untuk memastikan kesuksesan dan keberlanjutan sistem. Beberapa masalah dan fenomena yang mungkin muncul selama proses evaluasi ini perlu diperhatikan dengan cermat guna mengoptimalkan manfaat yang diinginkan dari penggunaan aplikasi CRM, seperti kesesuaian fungsionalitas, kinerja teknis, adopsi pengguna, keamanan data, ketersediaan dan dukungan, biaya implementasi, dan kustomisasi. Melalui evaluasi pre-implementasi yang

komprehensif, PT IMCO Silica Jaya bertujuan untuk memastikan bahwa penerapan aplikasi CRM berbasis *website* menjadi langkah yang strategis dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka [4].

Setelah melalui tahap pra-implementasi, langkah selanjutnya adalah merancang dan melaksanakan strategi implementasi aplikasi CRM. Hal ini melibatkan pemilihan vendor yang sesuai, pengelolaan perubahan organisasional, dan pelibatan karyawan dalam proses implementasi. Sementara itu, strategi komunikasi internal dan eksternal juga menjadi kunci untuk memastikan adopsi yang baik dari semua pemangku kepentingan.

Dengan memahami latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor kritis yang harus diperhatikan selama persiapan pre-implementasi dan memberikan panduan strategis untuk mengimplementasikan aplikasi CRM dengan sukses pada PT. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan layanan, kepuasan, serta loyalitas dari pelanggan [5].

Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk mengetahui seberapa siap PT IMCO Silica Jaya untuk menggunakan modul ERP CRM. Aplikasi ini dapat membantu perusahaan melakukan pengukuran berdasarkan tingkat kesiapan dalam bidang *People, Process, Technology, dan Behaviour*.

1.2 Rumusan Masalah

Ada beberapa rumusan masalah berdasarkan informasi sebelumnya:

1. Faktor kritis apa yang mempengaruhi persiapan pre-implementasi aplikasi CRM?
2. Bagaimana cara mengimplementasikan aplikasi CRM pada PT?

1.3 Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan masalah selama penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini difokuskan pada evaluasi pre-implementasi modul CRM pada PT IMCO Silica Jaya.

2. Penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner yang merujuk pada karyawan PT IMCO Silica Jaya, serta beberapa karyawan dari perusahaan luar untuk mendapatkan *second opinion* tentang sistem CRM.
3. Hasil dari evaluasi pre-implementasi aplikasi CRM berbasis *website* ini berupa desain *mock-up* yang dibuat menggunakan *Balsamic Wireframe*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini akan mencapai tujuan berikut:

1. Menentukan faktor-faktor kritis yang memiliki dampak signifikan pada persiapan pre-implementasi aplikasi CRM di PT.
2. Mengidentifikasi cara atau strategi yang efektif untuk mengimplementasikan aplikasi CRM dalam konteks PT yang bersangkutan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Menyediakan panduan praktis kepada PT untuk memahami dan mengatasi faktor kritis dalam persiapan pre-implementasi CRM, meningkatkan peluang keberhasilan implementasi.
2. Menambah pengetahuan akademis mengenai faktor-faktor kritis dalam konteks persiapan pre-implementasi aplikasi CRM, memberikan kontribusi pada literatur penelitian.
3. Menyediakan dasar bagi pengambilan keputusan di tingkat manajemen PT untuk merancang strategi implementasi CRM yang sukses.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan ini ditulis dengan cara sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan pada laporan ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Meliputi teori yang digunakan, *framework* yang digunakan, *tools* yang digunakan, dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Meliputi gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Meliputi hasil analisis data, perancangan sistem, hasil kesimpulan *Smartlist*, dan hasil dan diskusi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Meliputi kesimpulan dari penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya.

