

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital yang semakin berkembang saat ini, semua perusahaan berusaha untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang cepat dan meningkatkan kualitas layanan kepada klien [1]. PT. Festino Indonesia, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang distribusi teknologi *hardware* menyadari bahwa saat ini sangat penting untuk dapat membangun hubungan yang baik dan kuat dengan klien dan juga kedepannya diharapkan bahwa hubungan ini dapat terjalin dengan lama dan berkelanjutan.

PT Festino Indonesia saat ini telah melayani sebanyak 3.386 klien yang tersebar di berbagai sektor industri. Dengan skala operasional yang terus berkembang, perusahaan mencatat volume transaksi mencapai lebih dari 120 miliar rupiah per tahun. Untuk mendukung proses bisnis tersebut, PT Festino Indonesia didukung oleh tim yang terdiri dari 40 karyawan.

Dalam industri distribusi, keberhasilan perusahaan tidak hanya bergantung pada kualitas produk dan harga yang kompetitif, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk membangun, mengelola, dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan [2]. Untuk itu, diperlukan strategi yang tepat untuk dapat mendukung proses pemasaran yang lebih tepat sasaran. PT Festino Indonesia membutuhkan sistem CRM yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta efisiensi pemasaran dan penjualan PT Festino Indonesia. Tidak hanya itu, PT Festino Indonesia membutuhkan sistem CRM yang tidak hanya mampu menyimpan dan mengelola data pelanggan, tetapi juga memiliki fitur pendukung yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan segmentasi pelanggan (*targeting*) dan pengelolaan produk secara efektif[3].

Membahas tentang strategi CRM mengatakan *Customer Relationship Management* merupakan sebuah strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan atau klien melalui sistem yang terintegrasi. Strategi ini mencakup proses perencanaan, pengendalian, hingga evaluasi sebelum dan sesudah penawaran dilakukan, dengan tujuan utama untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif[4, 5].

Dalam penerapannya, CRM tidak hanya berfungsi sebagai sistem pendukung pemasaran, tetapi juga sebagai pendekatan strategis yang mengintegrasikan seluruh proses bisnis yang berfokus pada pelanggan. Menurut Hidayat dan Wibowo [6], strategi CRM yang efektif harus mencakup tiga pilar utama, yaitu: identifikasi pelanggan, diferensiasi berdasarkan nilai dan kebutuhan, serta interaksi dan personalisasi layanan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih tepat sasaran dan memperkuat loyalitas pelanggan melalui pengalaman yang relevan dan bernilai tambah .

Selain strategi dan pilar-pilar CRM, pemahaman terhadap integrasi antar-proses bisnis menjadi sangat krusial. Integrasi CRM pada level perusahaan—baik di level proyek maupun tingkat korporat—merupakan aspek vital yang berdampak langsung pada kinerja organisasi. Mereka menekankan bahwa penerapan CRM tidak bisa dilakukan secara terpisah dalam satu divisi, melainkan harus dihubungkan dengan proses-operasional lainnya, yang berguna untuk menciptakan nilai bersama dan mencapai peningkatan kinerja perusahaan secara menyeluruh [7]

CRM bukan hanya sekedar sistem penyimpanan data pelanggan, tetapi merupakan alat yang mampu untuk menghubungkan berbagai informasi penting seperti riwayat transaksi, preferensi produk, dan frekuensi pembelian untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat[8]. PT Festino Indonesia menyadari bahwa pengelolaan data pelanggan secara manual sudah tidak lagi efektif dan efisien. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah sistem berbasis web yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan segmentasi pelanggan (fitur *target*) dan pengelolaan produk (fitur *product*) yang relevan dengan kebutuhan masing-masing segmen pelanggan.

Pengembangan website CRM ini menjadi salah satu upaya transformasi digital yang dilakukan oleh PT Festino Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang distributor hardware dengan tujuan untuk menyederhanakan proses pemasaran, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendorong penjualan secara lebih terukur [9]. Dalam perancangannya, sebagai seorang *developer* yang bertugas membangun sistem tersebut, melihat proyek ini bertujuan tidak hanya untuk efisiensi sumber daya, tetapi juga untuk memberikan ruang pembelajaran praktis yang langsung berkontribusi pada kebutuhan nyata perusahaan. Dengan bimbingan dari tim internal yang memiliki peran untuk membantu merancang sistem secara terstruktur, mengembangkan interaksi yang dilakukan pengguna, serta memastikan integrasi antara data pelanggan dan produk dapat berjalan secara lancar. Hasil akhir dari pengembangan proyek ini diharapkan dapat memberikan

solusi CRM yang fungsional dan sesuai dengan kebutuhan operasional PT Festino Indonesia serta dapat memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan dalam mengoptimalkan hubungan yang baik dengan klien dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Secara umum, praktik kerja magang ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang bagaimana peran *developer website* CRM. Secara luas tujuan magang ini meliputi:

1. Mengembangkan potensi yang dimiliki oleh mahasiswa maupun mahasiswi dalam lingkungan baru dan bersifat profesional. Berada di lingkungan yang baru, membuat mahasiswa maupun mahasiswi terdorong untuk mau belajar hal baru dan beradaptasi dengan segala situasi dan kondisi dengan baik
2. Mengimplementasikan pembelajaran yang telah diperoleh pada saat jam perkuliahan dengan menerapkan teori seperti pengetahuan *front-end*, *back-end*, dan *Software Development Life Cycle*.
3. Mengembangkan *softskill* yang dimiliki dan juga didapatkan pada saat perkuliahan seperti mengembangkan *problem solving*, tanggung jawab, *public speaking*, *teamwork*, dan lain – lain
4. Memperluas jangkauan koneksi dengan orang baru di lingkungan yang baru Pada saat mahasiswa maupun mahasiswi memasuki dunia kerja, pasti akan berhadapan dengan banyak orang dengan berbagai macam karakter sehingga membuat mahasiswa memiliki kesempatan untuk menjalin hubungan baik dengan rekan kerja di tempat pelaksanaan program magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilaksanakan selama periode Oktober 2024 hingga Februari 2025 dengan total durasi kerja selama 80 hari atau sekitar 640 jam kerja. Hal ini disesuaikan dengan panduan MBKM magang track 1 serta mengikuti dari program studi yang bersangkutan.

Praktik kerja magang ini dilaksanakan selama periode Oktober 2024 hingga Februari 2025 dengan total durasi kerja selama 100 hari atau sekitar 800 jam kerja.

Hal ini disesuaikan dengan panduan MBKM magang *track* 1 serta mengikuti dari program studi yang bersangkutan.

- Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti sesi pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Informatika UMN melalui *platform Zoom Meeting*.
2. Mengisi KRS *Internship* di my.umn.ac.id dengan syarat telah menyelesaikan 110 SKS dan tidak memiliki nilai D dan E pada mata kuliah, serta mengajukan permintaan untuk mendapatkan transkrip nilai dari semester awal hingga semester terakhir sebelum memulai magang.
3. Diberikan kesempatan untuk mengajukan KM 01 lebih dari sekali melalui pengisian formulir Google untuk memperoleh verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dalam bentuk MBKM 01 (cover letter) dari Kepala Program Studi.
4. Mengunduh formulir MBKM 02, MBKM 03 (*Daily Task Magang*), dan formulir MBKM 04 (Verifikasi Laporan Magang) sebagai bagian dari persiapan untuk membuat laporan magang.

- Proses Administrasi Perusahaan

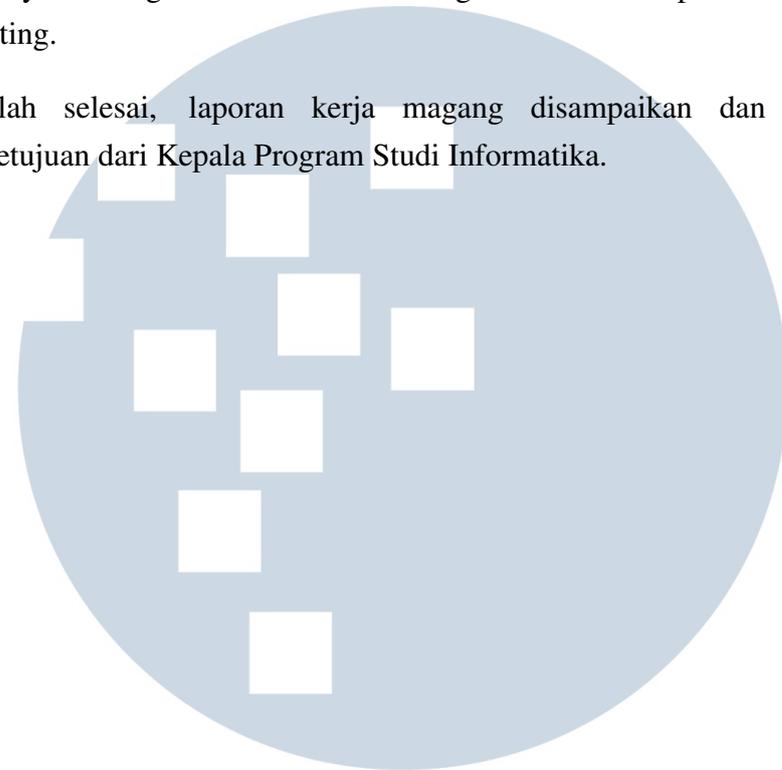
1. Mengirimkan CV dan surat pengantar melalui email kepada perusahaan sebagai pengajuan untuk kerja magang.
2. Menjalani proses wawancara sebagai bagian dari seleksi kerja magang.
3. Menerima surat penerimaan atau *acceptance letter* dari PT. Festino Indonesia sebagai konfirmasi untuk kerja magang

- Proses Pelaksanaan Kerja Magang

1. Melaksanakan kerja magang dengan peran sebagai Developer di divisi project division
2. Menerima penugasan dan bimbingan informasi dari direktur yang bertindak sebagai pembimbing lapangan

- Proses Pembuatan Laporan Kerja Magang

1. Proses pembuatan laporan kerja magang mendapatkan bimbingan dari Ivransyah sebagai Dosen Pembimbing melalui sesi pertemuan Google Meeting.
2. Setelah selesai, laporan kerja magang disampaikan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Informatika.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA