

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Stasiun pengisian bahan bakar mini atau Pertamina (singkatan dari Pertamina Mini) adalah salah satu bisnis penjualan bahan bakar minyak (BBM) eceran yang tidak lagi menggunakan botol, melainkan menggunakan suatu pompa manual dengan gelas takaran atau bahkan dispenser seperti halnya SPBU. SPBU Mini telah ada sekitar tahun 2012 dan mulai marak sekitar tahun 2014. Kios ini menjadi alternatif tempat pengisian BBM khususnya bagi kendaraan roda dua yang kehabisan bahan bakar sementara lokasi SPBU masih jauh. Selain menjual bensin jenis Premium, sebagian kios Pertamina juga mulai menjual jenis Peralite, dan Pertamina.

Seiring berkembangnya teknologi, Pertamina Digital merupakan pengembangan dari Pertamina konvensional yang masih menggunakan pompa manual untuk mengisi kembali BBM pada tangki takar untuk dicerkan kepada konsumen yang digantikan dengan mesin digital untuk mempermudah pengisian BBM dengan memanfaatkan teknologi untuk memprosesnya.

Peran Pertamina Digital dalam segi ekonomi terbukti dapat meningkatkan omset karena Pertamina sendiri dianggap membantu para pengendara motor yang kehabisan bensin di jalan yang letaknya jauh dari SPBU dan lebih memilih untuk membeli di Pertamina.

Konsumen biasanya membeli Peralite di Pertamina dengan harga Rp.7.650.- per liter dan bisa dijual kembali di Pertamina dengan harga Rp.10.000,- per liter, membeli Pertamina di Pertamina dengan harga Rp.12.750.- dan dijual kembali di Pertamina dengan harga Rp.15.000.- ,dengan keuntungan Rp.2.350.- per liter untuk Peralite, dan Rp.2.250.- untuk keuntungan Pertamina per liter dengan target meningkatkan ekonomi.

CV.Jetoz *Steel* merupakan badan usaha yang dimiliki oleh beberapa orang yang bergerak pada bidang penjualan dan pembuatan Pertamina Digital untuk seluruh penjual bahan bakar eceran yang ada di seluruh Nusantara yang terletak di Desa Sumber Baru, Kecamatan Seputih Banyak. Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung.

CV.Jetoz *Steel* menerapkan sistem penjualan dengan menampilkan berbagai macam jenis Pertamina digital dari yang *single mini* dengan tinggi 175cm, lebar depan 60cm, lebar samping 45cm, berat unit 30kg dengan kapasitas tangki 100liter, *single standard* dengan tinggi 195cm, lebar depan 60cm, lebar samping 50cm, berat unit 180kg dengan kapasitas tangki 180liter, *double mini* dengan tinggi 175cm, lebar depan 105cm, lebar samping 45cm berat unit 230kg dengan kapasitas tangki 100liter, dan *double standard* dengan tinggi 195cm, lebar depan 105cm, lebar samping 60cm, berat unit 350kg dengan kapasitas tangki 180 liter, setiap unit dilengkapi dengan aki cadangan sehingga jika terjadi mati listrik unit masih bisa bertransaksi 50liter untuk varian *single mini* dan *double mini*, 250liter untuk varian *single standard* dan *double standard*, konsumen dapat menjual 2 jenis bahan bakar hanya dengan menggunakan 1 unit Pertamina Digital dengan varian *double* karena memiliki 2 tangki dan 2 *nozzle*.

Namun, ada beberapa kendala yang muncul berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti di CV.Jetoz *Steel*, yaitu kurangnya relasi antara konsumen dengan CV.Jetoz *Steel* yang dikarenakan sulitnya komunikasi jika terjadi kendala dengan unit Pertamina Digital yang sudah dibeli oleh konsumen. Salah satu masalah tersebut adalah pada saat unit Pertamina Digital mengalami kerusakan, konsumen akan menghubungi pihak CV.Jetoz *Steel* untuk menangani kendala tersebut, namun CV.Jetoz *Steel* lama meresponnya dikarenakan pada CV.Jetoz *Steel* belum memiliki admin, hal ini dapat mengakibatkan berkurangnya relasi CV.Jetoz *Steel* dengan pelanggan dikarenakan respon yang kurang cepat dalam penanganan kendala pada unit Pertamina Digital yang sedang bermasalah.

Berdasarkan uraian diatas, maka akan dirancang sebuah aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk membangun sebuah hubungan baik antara CV. *Jetoz Steel* dengan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk meneliti, merancang dan membangun sebuah aplikasi dengan judul “**RANCANG BANGUN APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA CV.JETUZ STEEL (STUDI KASUS : CV.JETUZ STEEL)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah diatas, diperoleh rumusan masalah yaitu “Bagaimana merancang dan membangun sebuah aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada CV.*Jetoz Steel*”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. *Jetoz Steel* yang berada di Desa Sari Bakti, Kecamatan Seputih Banyak, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung. Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak lepas dari beberapa konteks penelitian, maka batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Aplikasi ini berisikan semua data customer, dari akun, kontak, *email*, alamat dari customer yang bersangkutan, penjualan produk, serta promosi produk. Data yang akan diolah pada aplikasi ini adalah informasi lengkap konsumen dari CV.*Jetoz Steel*.
- b. Aplikasi ini memungkinkan CV. *Jetoz Steel* untuk membangun hubungan baik kepada pelanggan.
- c. Aplikasi ini dapat diakses melalui *PC* maupun *Smartphone*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah membuat aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk membangun sebuah hubungan baik antara CV.*Jetoz Steel* dengan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Mempermudah CV. *Jetoz Steel* dalam memperoleh dan mengelola data pelanggan.
2. Membantu CV. *Jetoz Steel* untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan.
3. Menghasilkan Aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk CV. *Jetoz Steel*.
4. Membantu pelanggan jika terjadi kendala di unit Pertamina Digital.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang mendukung penelitian dalam merancang dan membangun aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) di CV. *Jetoz Steel*.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi yang digunakan dalam merancang dan membangun aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) di CV. *Jetoz Steel*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai hasil rancangan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang di implementasikan.

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**