

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pameran pernikahan, atau lebih akrab didengar dengan "*Wedding Exhibition*" adalah sebuah acara yang diselenggarakan untuk membantu dan memfasilitasi setiap pasangan yang akan menikah dalam merencanakan pernikahan mereka. Ini adalah tempat di mana calon pengantin dapat bertemu dengan penyedia layanan pernikahan, mendapatkan inspirasi, dan menemukan segala sesuatu yang mereka butuhkan untuk pernikahan.

Salah satu Professional Event Organizer yang secara rutin menyelenggarakan pameran pernikahan adalah PT Dyandra Promosindo, merupakan *Professional Event Organizer* (PEO) dibawah naungan Kompas Gramedia Group yang bergerak pada industri *MICE* (*Meeting, Incentive, Conference dan Exhibition*). *MICE* merupakan sebuah industri yang berfokus pada penyelenggaraan berbagai acara mulai dari pameran, festival musik, travel agent hingga konferensi.

Para penyedia layanan ataupun produk dalam sebuah pameran disebut juga dengan Exhibitor yakni sebagai pelaku dari pameran itu sendiri, karena dasarnya sebuah pameran adalah media transaksi dan interaksi antara pelaku bisnis dan juga konsumen. Untuk menjadi *exhibitor* para calon penjual dapat melakukan pendaftaran exhibitor dengan melalui tim sales pihak penyelenggara.

Permasalahan dari tim *sales* Wedding Festival PT. Dyandra Promosindo adalah masih menggunakan cara manual dalam menangani klien/ *exhibitor*. Sistem digital sebelumnya pernah berjalan namun sering mengalami permasalahan *error* pada proses *login* pengguna serta belum ada pembatasan hak akses pada setiap aktor menyebabkan banyak perubahan yang tidak diketahui akses dan aktornya, dengan begitu akhirnya tim sales kembali melakukannya dengan manual. Mulai dari input, pengelolaan data, dan pelayanan kepada klien langsung menghubungi sales melalui *personal message*, dengan begitu proses bisnis dinilai kurang optimal dan efisien, dengan harapan tidak hanya membantu tim *sales* dalam mengelola data klien namun dapat memuaskan klien dengan

kemudahan sistem digital, peneliti menginisiasi untuk menyediakan sebuah sistem yang dapat melakukan akses secara langsung dan memiliki batasannya masing-masing melalui *User (Exhibitor)*, *Admin (Tim Sales)* yang dapat mengelola, dan mengakses data informasi secara digital. Melalui Sistem *Customer Relation Management (CRM)* akan membantu pendekatan bisnis serta teknologi yang dimanfaatkan guna pengelolaan dengan prospek yang efisien. Ini melibatkan pengumpulan dan penggunaan data klien untuk meningkatkan interaksi, layanan, dan *Client Experience*. Dengan begitu pekerjaan diharapkan menjadi lebih optimal, efisien, dan transparan. Dalam (Hikmah, 2021), dari kelebihan *E-CRM* ini juga dapat diakses kapan dan dimana saja (real time), terintegrasi melalui berbagai *social media* penyelenggara melalui fitur *Direct Contact*.

Dengan bantuan dari *Customer Relationship Management* diharapkan mampu untuk menghasilkan dan membantu menjadi media yang efektif untuk proses bisnis dan marketing dalam mendata, mengelola, memberikan informasi serta menjalankan sistem yang efisien, cepat, transparan serta menghasilkan luaran berupa peningkatan dan pemaksimalan penjualan dan kepuasan pelayanan *Exhibitor* pada Pameran Wedding Festival PT. Dyandra Promosindo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu bagaimana langkah kerja dan proses dalam membuat Sistem Customer Relationship Management (CRM) dan menjadi referensi pada Event Wedding Festival PT. Dyandra Promosindo hingga dapat berjalan dengan baik serta dapat menyelesaikan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implimentasi Sistem (CRM) melalui website mempermudah proses dan pengelolaan data klien dari cara manual dengan digitalisasi Sistem (CRM) melalui website dapat membantu user dan staf dalam mengakses dan mencari segala informasi yang ada?.

## **1.3 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki batasan dalam menentukan fitur ideal dan terbaik dalam sistem yang dapat mempermudah proses secara digital, antara lain adalah :

1. Fitur yang dimasukkan dalam sistem merupakan hasil dari proses digitalisasi mekanisme manual yang sebelumnya digunakan berdasarkan masukan dan saran dari pihak Wedding Festival. (Data berdasarkan hasil wawancara)
2. Sistem informasi yang di rancang merupakan CRM berbasis website dengan beberapa fitur pendukung sebagai berikut :
  - a. *Registrasi Décor (Dyandra E-Customer Relation)*
  - b. *Profile Exhibitor*
  - c. *User Reminder Notofication*
  - d. *Contact Direct*
  - e. *Information Desk*
  - f. *Exhibitor Timeline*
  - g. *Report*
  - h. Informasi Pembayaran (Invoice)
  - i. *Event List*
3. Hak akses pada menu dan fitur diatur oleh sistem yang hanya diperuntukan bagi *User (Exhibitor)* aktif adalah setiap *exhibitor* yang telah melakukan registrasi pada *Event Wedding Festival*.
4. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Waterfall*.
5. Fokus pada pengguna (*user*) hanya diperuntukan bagi *exhibitor* yang di bawahi atau menjadi klien dari PT. Dyandra Promosindo

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan membangun Sistem *Customer Relationship Management (CRM) Registrasi Exhibitor Pada Event Wedding Festival* PT. Dyandra Promosindo dengan Metode *Waterfall* yang dapat memberikan dampak sebagai berikut :

1. Menjadi peningkatan dan pengembangan proses administrasi manual yang sebelumnya dijalankan.
2. Membantu efisiensi dan kemudahan akses informasi data bagi *Exhibitor* dan Penyelenggara.
3. Memangkas biaya yang dikeluarkan untuk mencetak berbagai formulir klien.

4. Menerapkan Sistem CRM yang praktis dalam menunjang proses bisnis dan pelayanan klien khususnya membantu tim sales dalam mengelola, memberikan informasi dan rekapitulasi data klien yang di operasikan melalui *website Décor (Dyandra E-Customer Relation)*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah terciptanya sebuah Sistem *Customer Relationship Management (CRM)* yang mudah diakses dan efisien membantu pelayanan dan hubungan antara penyelenggara dan exhibitor pada Event Wedding Festival PT. Dyandra Promosindo dengan Metode *Waterfall* yang mampu memberikan efektifitas, efisiensi, optimalisasi dalam penyimpanan dan pengelolaan data, penyebaran informasi, interaksi serta memaksimalkan sumber daya yang ada.

### **1.6 Luaran yang Diharapkan**

Luaran yang diharapkan pada penelitian ini adalah Sistem *Customer Relationship Management (CRM)* yang telah selesai dapat mempermudah dan memaksimalkan pekerjaan tim *sales* dalam penyimpanan dan pengelolaan data, penyebaran informasi, interaksi serta membantu operasional kerja tim *Sales* yang terlibat dan bertanggung jawab serta menjembatani proses transaksi dan interaksi antara klien dan penyelenggara.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Berikut adalah sistematika yang digunakan dalam penelitian ini :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Latar belakang masalah yang diangkat menjadi topik penelitian, rumusan masalah, batasan atau ruang lingkup penelitian, tujuan dan keuntungan penelitian, dan sistematika penelitian dibahas dalam Bab I.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II membahas teori dasar dari basis ilmu pengetahuan, definisi dari teknologi yang digunakan dalam penelitian, dan temuan penelitian sebelumnya.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Beberapa langkah yang akan dilakukan dalam Bab III termasuk membuat alur penelitian yang menggambarkan bagaimana kegiatan penelitian dimulai dan berakhir dalam menyelesaikan masalah, tempat dan jadwal penelitian, alat dan bahan yang digunakan, dan waktu dan jadwal penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penjelasan masalah serta solusi dan langkah yang diangkat untuk mencapai hasil dan tujuan penelitian dibahas dalam bab ini.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab ini peneliti memaparkan hasil dan rekomendasi berdasar pada penelitian yang telah dilakukan yang akan dibahas dalam bab ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN - LAMPIRAN**