

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat, BASF sebagai salah satu perusahaan kimia terbesar di dunia membuat suatu sistem yang terintegrasi dengan sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) mereka yang dinamakan *WorldAccount*. *WorldAccount* adalah suatu bentuk *extranet* yang terintegrasikan dengan sistem SAP yang dimiliki oleh BASF, dimana *WorldAccount* merupakan basis dari semua portal *e-Commerce* yang dimiliki oleh pihak BASF. Pada awalnya terdapat banyak portal *e-Commerce* milik BASF, seperti misalnya:

- BASF *Extranet* untuk daerah Eropa
- *My Account* untuk BASF Australia dan New Zealand

BASF Portal untuk BASF NAFTA.

Dengan tidak adanya sistem yang terintegrasi secara global akan membuat pelanggan mengalami kesulitan, sehingga dibuatlah suatu sistem global yang merupakan portal *e-Commerce* standar untuk BASF. Diharapkan dengan adanya *WorldAccount* ini maka BASF memiliki satu bahasa global yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan seluruh pelanggan BASF yang ada di seluruh dunia.

Adapun modul-modul yang ditawarkan di *WorldAccount* diantaranya adalah *product information, order placement, order tracking, e-reporting, my folder*, dan *contacts and support* . Modul-modul tersebut dapat diakses oleh seluruh pelanggan sehingga mereka dapat berinteraksi secara langsung dengan sistem di BASF.

1.2. Permasalahan

Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat khususnya di *e-Commerce*, maka *WorldAccount* yang merupakan salah satu inisiatif BASF di bidang *e-Commerce* bisa menja di ujung tombak pemasaran yang bagus. Tetapi selama ini belum dianalisa oleh pihak BASF mengenai efektifitas dan efisiensi dari sistem ini, hambatan yang dihadapi, bagaimana memperkenalkan sistem ini kepada pelanggan dan bagaimana mengetahui profil pelanggan yang bertransaksi melalui *WorldAccount* dan langkah apa yang harus dilakukan sebagai perbaikan di masa mendatang merupakan isu-isu yang menjadi latar belakang permasalahan penelitian ini.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini menganalisa implementasi *WorldAccount* di Indonesia dan mencari profil pelanggan yang sekarang sudah menjadi pelanggan *WorldAccount* serta mengetahui bagaimana profil pelanggan *WorldAccount* di masa mendatang, dan apa keinginan pelanggan di masa yang akan datang, modifikasi dan pengembangan apa yang diharapkan dari pelanggan.

1.4. Pembatasan Masalah

Laporan ilmiah ini hanya akan membahas mengenai :

1. Struktur organisasi *WorldAccount*, perubahan manajemen, penjelasan mengenai *WorldAccount*
2. Survei terhadap pelanggan *WorldAccount* di Indonesia
3. Profil pelanggan *WorldAccount*.

1.5. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan memberikan *online* kuesioner kepada para pelanggan sehingga dapat diketahui profil pelanggan *WorldAccount*, dan pendapat mereka mengenai sistem yang ada sekarang dan pengharapan dari pelanggan di masa mendatang, selain itu juga dilakukan studi pustaka untuk mendukung penelitian ini.

1.6. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai pendahuluan, latar belakang permasalahan, tujuan penulisan , pembatasan masalah dan sistematika penulisan dari penelitian ini.

Bab II Landasan Teori

Bab ini akan membahas mengenai landasan teori dari *e-Commerce* yang dipakai dan teori-teori pendukung lainnya sebagai landasan ilmiah yang diperlukan untuk melakukan pengolahan data dan dasar penarikan kesimpulan.

Bab III WorldAccount

Bab ini berisikan pengenalan mengenai definisi *WorldAccount*, fungsionalitasnya, visi misi dari BASF, dan langkah-langkah pembuatan pelanggan *WorldAccount*.

Bab IV Metodologi Penelitian

Bagian ini akan membahas mengenai langkah langkah yang harus dilakukan secara sistematis untuk melaksanakan penelitian mengenai *WorldAccount*, dimana penelitian ini dilakukan untuk dapat memecahkan permasalahan guna memberikan solusi dan perbaikan yang sesuai. Pada metodologi dilakukan langkah langkah dari penelitian pendahuluan, sampai kepada kesimpulan dan saran.

Bab V Kuesioner dan Analisa data

Bab ini akan membahas mengenai kuesioner yang diberikan kepada peserta *WorldAccount*. Data kuesioner tersebut akan diolah menjadi suatu informasi yang aktual dan dilakukan analisa terhadap hasil yang didapat. Bab ini juga akan membahas mengenai perancangan suatu sistem pengelompokan profil pelanggan dengan menggunakan data data dari hasil kuesioner tadi. Dampak dari rancangan

sistem ini akan merubah struktur organisasi dan membantu bagian penjualan mengelompokkan pelanggannya.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir ini memuat kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil pembahasan dan saran untuk pengembangan di masa yang akan datang.

