

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis sekarang ini sangat pesat . hal ini ditandai dengan tajamnya persaingan dalam dunia bisnis guna mempertahankan dan meningkatkan bisnis yang dijalankannya. Demikian juga dalam dunia bisnis khususnya bisnis yang bergerak dalam produsen alat-alat rumah tangga .Banyak bisnis yang serupa pada saat sekarang ini saling bersaing ,terutama pada bisnis ini. untuk mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan ,perusahaan harus merencanakan sejauh mana tingkat aktifasinya ,supaya biasa bertahan dalam persaingan bisnis ini ,sebaiknya perusahaan mempertahankan kualitas dan jenis layanan yang baik dan sempurna bagi para pelangganya .

Keberadaan pelanggan bagi sebuah perusahaan saat ini bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan saja, melainkan juga sebuah aset jangka panjang yang perlu dikelola dan dipelihara melalui Customer Relationship Management (CRM). Cara pandang perusahaan saat ini telah menganggap pelanggan menjadi hal penting dalam menentukan arah dan kebijakan perusahaan (Herdiansyah, 2008).

Menurut Kotler dan Armstrong (2006), CRM adalah proses keseluruhan untuk membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan melalui pemberian nilai pelanggan superior dan kepuasan pelanggan. Sementara Zinkmund, McLeod, dan Gilbert (2002) menjelaskan bahwa CRM merupakan proses pengumpulan informasi untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana mengolah hubungan organisasi dengan konsumennya.

Chan (2003:6) Mendefinisikan “*Relationship Marketing* sebagai pengenalan setiap tamu secara lebih dekat menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dengan perusahaan. Menurut Buttle (2004 : 2) manajemen hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi inti dalam mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen secara profitable. Sedangkan menurut Brown dan Rigby, Reinheld, Dawson (dalam Gaffar,2007: 87) mengungkapkan bahwa customer relationship management (CRM) merupakan proses mendapatkan, mempertahankan dan mengembangkan pelayanan yang menguntungkan, dan memerlukan suatu fokus yang jelas terhadap atribut suatu jasa yang dapat menghasilkan nilai kepada pelanggan sehingga menghasilkan loyalitas. Jadi disini customer relationship manajemen (CRM) bukanlah suatu konsep atau proyek, melainkan suatu strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan yang ada dan pelanggan potensial dari suatu organisasi.

Maka untuk memecahkan permasalahan di atas penulis ingin membangun sebuah system pemesanan online (*e-commerce*) .Sistem informasi pemesanan ini diaplikasikan kedalam bahasa pemrograman PHP yang akan dituangkan pada penulisan laporan dengan judul :

“ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB DENGAN IMPLEMENTASI STRATEGI CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA PT. RAJA INDONESIA PERKASA PASURUAN DENGAN MENGGUNAKAN BAHSA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MY SQL “.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan suatu masalah yaitu:

- 1 Bagaimana *E-commerce* yang dirancang dapat diimplementasikan. Agar memudahkan dalam meningkatkan pemesanan serta mendukung transaksi pada PT. Raja Indonesia Perkasa?
- 2 Bagaimana sistem yang dirancang bisa membantu PT. Raja Indonesia Perkasa Agar mempermudah pengelolaan data pemesanannya?
- 3 Bagaimana sistem yang dirancang bisa menyimpan data pemesanan pada PT. Raja Indonesia Perkasa?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat dikemukakan hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan diterapkannya sistem informasi ini, diharapkan dapat memberi kemudahan terhadap konsumen dalam mengakses informasi mengenai pemesanan pada PT. Raja Indonesia Perkasa.
2. Dengan diterapkannya sistem informasi yang dirancang diharapkan bisa membantu PT. Raja Indonesia Perkasa dalam mengelola data pemesanan .
3. Dengan diterapkannya sistem yang telah dirancang diharapkan bisa menyimpan data-data pemesanan karena dilengkapi dengan database yaitu *database MySQL*.

1.4 Batasan Masalah

Agar penulisan ini lebih terarah serta pembahasan permasalahan yang dihadapi tidak menyimpang dari tujuan yang diharapkan, maka perlu ditetapkan Batasan terhadap system penulisan, adapun batasan dari penulisan yaitu:

1. Penulis hanya membahas tentang perancangan sistem informasi pemesanan pada PT. Raja Indonesia Perkasa dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan *database* MySQL.
2. Objek pada penelitian ini adalah PT. Raja Indonesia Perkasa.

2.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Merancang sistem baru yang nantinya dapat membantu konsumen untuk mempermudah pemesanan.
2. Merancang sistem untuk memajukan usaha pada PT. Raja Indonesia Perkasa.
3. Memberikan informasi kepada pengguna terkait PT. Raja Indonesia Perkasa.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Mempermudah *costumer* dalam pemesanan alat-alat rumah tangga.
2. Menjadikan proses pemesanan lebih mudah dan fleksibel dari segi waktu dan tempat karena dilakukan menggunakan komputerisasi.
3. Mempermudah karyawan dalam mengolah data.

1.7 Struktur organisasi PT. Raja Indonesia Perkasa

Organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam segala bidang, karena dari organisasi akan dapat diketahui apa yang akan dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang akan ditetapkan. Organisasi merupakan alat bagi manajemen untuk menggabungkan unsur alam, manusia dan manajemen operasi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Struktur organisasi juga dikatakan sebagai alat untuk membagi tanggung jawab yang diperlukan oleh organisasi yang ada dalam menjalani fungsi pada sebuah organisasi. Pada prinsipnya masalah organisasi merupakan pembagian fungsi, wewenang dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan perusahaan Adapun aspek-aspek yang tergambar dalam struktur organisasi adalah spesialisasi kerja, rantai perintah, tipe pekerjaan yang dilaksanakan dan tingkatan manajemen.

Dalam organisasi masing-masingnya harus mengetahui apa yang mereka lakukan dalam mencapai tujuan organisasi, karena kelancaran pada koordinasi kerja secara langsung mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Jika ditinjau secara garis besar bentuk-bentuk organisasi dapat dikelompokkan menjadi 4(empat) yaitu:

1. Organisasi garis

Dalam organisasi ini, seseorang pimpinan diakui sebagai sumber wewenang tunggal segala keputusan, hubungan antara karyawan dengan pimpinan bersifat langsung. Organisasi garis ini hanya dipakai oleh perusahaan-perusahaan kecil, dengan jumlah karyawan sedikit dan tujuan organisasi masih sederhana.

2. Organisasi fungsional

Organisasi ini disusun berdasarkan sifat dan fungsi yang harus dilaksanakan, dimana segelintir pimpinan tidak mempunyai bawahan yang jelas, sebab setiap pimpinan berwenang member perintah atau komando kepada bawahan sepanjang ada hubungan dengan fungsi pimpinan tersebut

3. Organisasi komite

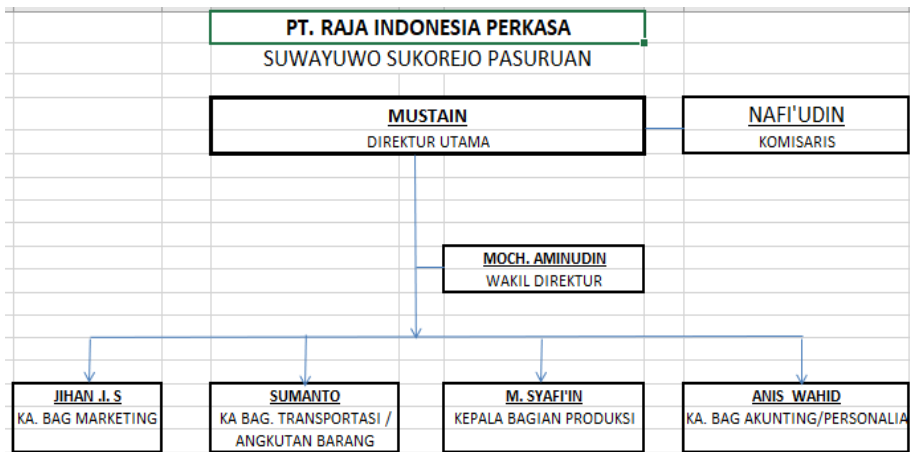
Komite sering dilakukan untuk mengumpulkan pendapat tentang berbagai kegiatan dalam perusahaan.

4. Organisasi matrik

Dalam dua dekade belakangan ini sudah dimulai banyak organisasi yang menggunakan pendekatan baru dalam menyelesaikan struktur yang ada dengan perubahan kondisi, terutama dibidang riset dan pengembangan produk baru.

Adapun gambar struktur organisasi PT. Raja Indonesia Perkasa dapat dilihat pada Gambar 1.1

:



Sumber : PT. Raja Indonesia Perkasa

Gambar 1.1 Struktur Organisasi

1.7.1. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Berdasarkan Gambar 1.1 struktur organisasi pada PT. Raja Indonesia Perkasa dapat diuraikan tugas dan wewenang yang harus dilakukan setiap unit kerja.

a. Direktur.

Merupakan Pucuk pimpinan, direktur langsung dipegang oleh pemilik perusahaan dan bertanggung jawab penuh atas dan untuk perusahaan baik kegiatan internal maupun eksternal. Dan menjaga hubungan baik terhadap pelanggan dan pengguna jasa.

b. Komisaris

Merupakan perpanjangan tangan dari Direktur, bertanggung jawab langsung ke direktur akan kualitas pekerjaan internal. Melakukan pemeriksaan terakhir (Final Cek) terhadap seluruh pekerjaan yang dikerjakan dalam group nya.

c. Wakil Direktur.

Melaksanakan sebagian tugas pokok Direktur Utama. Wakil Direktur bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

d. Ka. Bag Marketing

Kepala bagian marketing bertugas untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang, & memperoleh laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sebelum beberapa-barang diproduksi, & tak berhenti bersama penjualan.

e. Ka. Bag Transportasi

Merencanakan, mengarahkan, dan mengkoordinasikan pengoperasian transportasi dalam suatu organisasi atau kegiatan organisasi yang menyediakan jasa transportasi.

f. Kepala bagian produksi

Mengawasi pelaksanaan proses produksi, mulai dari bahan baku awal sampai menjadi barang jadi. Mengawasi pemakaian bahan baku, pemakaian packing material dan bahan pembantu lainnya dengan meminimalkan pemborosan dan kegagalan proses. Menjaga dan mengawasi agar mutu bahan baku dalam proses dan mutu barang jadi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

g. Personalia

bertugas melaksanakan serangkaian kegiatan pengelolaan SDM pada hal-hal yang terkait administratif guna mengatur hubungan kerja antara perusahaan dan karyawannya, misalnya

penggajian, dokumen pendukung karyawan seperti paklaring, surat pengunduran diri, pemecatan, dan juga data absensi.