

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Sibolga salah satu kota pada provinsi Sumatera Utara yang terletak pada pesisir pantai barat pada kawasan teluk Tapani Nauli. Hasil laut yang melimpah membuat kota Sibolga menjadi penyumbang ikan dan hasil laut salah satu yang terbesar pada provinsi Sumatera Utara. Kota Sibolga atau juga sering disebut sebagai kota ikan menjadikan Masyarakat yang juga Sebagian besar menggantungkan nasib pada laut seperti menjadi nelayan dan penangkaran hasil laut lainnya.

Salah satu yang paling besar dan paling dikenal dari kota Sibolga ialah merupakan penghasil ikan asin terbaik yang merupakan ciri khas atau oleh-oleh kota sibolga yang paling dicari masyarakat luar kota Sibolga ketika mengunjungi Sibolga. Kualitas Ikan asin asal Sibolga sudah tidak diragukan lagi, berbagai macam ikan dapat diolah menjadi ikan asin yang lezat dan bergizi. Salah satu daerah yang dikenal sebagai penghasil dan kampung dengan penjual ikan asin yaitu sering disebut oleh masyarakat Sibolga ialah pasar belakang.

UD. ARITRA satu dari sekian banyak kios atau usaha ikan asin yang terdapat pada pasar belakang. Menjual berbagai macam jenis ikan yang diolah menjadi ikan asin sebagai oleh-oleh yang dapat dibawa dan bertahan lama. Beralamat pada Jl. S.Parman No.125, Ps. Belakang, Sibolga Kota, Kota Sibolga. Terdapat beberapa kendala yang membuat usaha ARITRA ini dalam memperluas target pasar hingga keluar kota lainnya.

Pertumbuhan teknologi informasi pada saat ini menjadikan teknologi informasi sebagai sistem yang sangat diuntungkan dari segi kebutuhan yang menjadi keuntungan bagi penggunanya. Manfaat ini juga dirasakan oleh para pemilik usaha disamping memasarkan produk secara offline, pemilik usaha tersebut juga dapat mempromosikan produknya melalui teknologi informasi seperti media sosial berbasis internet. Tidak hanya pertukaran informasi tetapi juga dapat melakukan transaksi terkait pembelian produk yang saling menguntungkan bagi pembeli dan penjual.

Menurut (Surmayanti et al., 2019) ada empat gabungan bagian yang memiliki peran utama dalam sistem informasi yaitu perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), infrastruktur, dan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keahlian. Sistem informasi juga memiliki definisi sebagai suatu sistem yang menggabungkan kebutuhan pengelolaan transaksi, penunjang aktivitas, dan menyajikan laporan-laporan yang diperlukan bagi penerima informasi.

(Y. Irawan, 2019) Menjelaskan bahwa *World wide web* atau biasa disebut *website* yang merupakan sistem informasi digital yang dapat menyuguhkan dan menyajikan informasi yang berbentuk teks, gambar, suara ataupun gambar bergerak. Database sebagai alat untuk mengolah data pada sistem informasi pada *website* dalam menafsirkan bahasa program berupa kode-kode pada pemrograman PHP dan MySQL. Sistem informasi website yang dirancang bertujuan dalam mempromosikan produk ikan asin pada usaha ARITRA.

(Persada & Achiria, 2022) *Digital marketing* merupakan aktivitas pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media, seperti blog, website, dan

berbagai macam jaringan media sosial. Era digital menuntut UKM untuk dapat menguasai teknologi. Namun, tidak semua UKM telah mampu memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan usahanya. Di lain sisi, pemanfaatan teknologi tidak dapat dielakkan dalam membantu UKM untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan produk

Pemanfaatan Customer Relationship Management (CRM) dengan menggunakan teknologi informasi dalam kaitannya dengan memberikan layanan optimal kepada pelanggannya. Customer Relationships Management (CRM) adalah sebuah upaya sistematis untuk membina hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. CRM melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk di dalamnya adalah pemasaran, penyediaan informasi yang up-to-date, pemesanan produk, dukungan teknis (technical support), layanan lapangan (field service), serta penanganan masalah dan keluhan pelanggan. (Warsela et al., 2021)

Kurangnya pemasaran produk terkait promosi atau pengenalan produk pada masyarakat luas untuk meningkatkan penjualan. Para pelanggan banyak yang tidak mengetahui bagaimana memilih produk dan jarak yang cukup jauh untuk dijangkau. Kurangnya rekomendasi produk yang tepat untuk calon pembeli mengakibatkan kurangnya optimalnya penjualan. Usaha ARITRA juga masih menggunakan sistem yang terintegrasi oleh teknologi sehingga pada sistem tersebut masih terdapat cukup banyak kekurangan yang sering sekali terjadi kesalahan penginputan data dan lambatnya penyampaian produk baru kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan sistem informasi penjualan produk ikan asin serta memberikan suatu usulan rancangan aplikasi yang berjudul . “SISTEM INFORMASI DIGITAL MARKETING DAN TRANSAKSI DENGAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB PADA USAHA IKAN ASIN ARITRA MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mendesain sistem informasi digital marketing agar dapat digunakan customer maupun admin?
2. Bagaimana implementasi sistem informasi digital marketing dapat bermanfaat?
3. Bagaimana sistem informasi penjualan digital marketing dapat memperluas transaksi jual beli bagi customer ARITRA?

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, untuk dapat melakukan penelitian secara terstruktur dan tidak keluar dari kajian penelitian yang telah ditetapkan. Penulis menyusun batasan masalah penelitian yaitu :

1. Peneliti mengambil data produk penjualan ikan asin.

2. Sistem informasi penjualan yang menyediakan fitur transaksi jual beli bagi customer secara online.
3. Tidak mengulas sistem laporan keuangan dan laba rugi.
4. Menggunakan metode *Customer Relationship Mangement* (CRM) sebagai konsep pendekatan terhadap customer.

1.4 Hipotesa

Hipotesa merupakan asumsi sementara yang belum terbukti dan akan dibuktikan dengan hasil dari penelitian yang dilaksanakan peneliti. Berdasarkan uraian permasalahan dapat dijabarkan hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan rancangan sistem informasi digital marketing dan penjualan pada usaha ARITRA menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL yang berbasis website diharapkan dapat digunakan dengan mudah oleh admin dalam mengelola produk dan customer dalam melakukan transaksi.
2. Dengan implementasi sistem informasi yang terintegrasi pada usaha ARITRA diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas dan mengembangkan target pasarnya serta meningkatkan penjualan produk.
3. Dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management* (CRM) diharapkan dapat memperluas pemasaran produk dengan melakukan promosi secara digital serta menargetkan dapat menyasar customer-customer baru.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan kemudahan dan kelancaran pada usaha ARITRA untuk melakukan perluasan target pasar dan transaksi penjualan dalam mempromosikan produknya.
2. Membangun suatu sistem penjualan untuk usaha ARITRA menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM) sebagai sistem pelayanan pada pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi Pemilik Usaha

Dapat meningkatkan daya saing pada pasar ikan asin dengan para pesaing yang diharapkan dapat memajukan dan mengembangkan usaha serta memperluas jangkauan penerimaan konsumen baru pada usaha ARITRA.

2. Bagi Konsumen

Dapat menjumpai informasi produk yang diinginkan secara cepat dan lengkap pada website dan melakukan pemesanan ataupun pelayanan dengan mudah tanpa menjangkau toko sekalipun.

3. Bagi Penulis

Mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama di bangku kuliah dalam penerapan metode CRM dalam strategi bisnis untuk memaksimalkan usaha dan meningkatkan penjualan.

1.7 Gambaran Umum Perusahaan

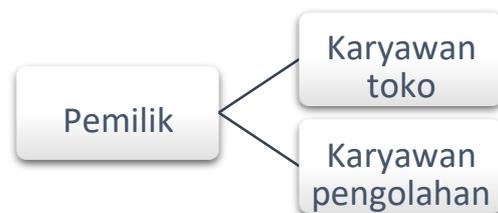
1.7.1 Sejarah Singkat Aritra

Berdiri kurang lebih selama 4 tahun sejak 2018 dengan produk ikan asin yang ditawarkan. Pada dasarnya usaha ARITRA ini adalah bisnis keluarga yang pertama kali didirikan oleh bapak Marito Aritonang sebagai pemilik hingga kini. Terletak di kota sibolga yang beralamat di HL. S. Parman no. 12, Ps. Belakang Sibolga kota, Kota Sibolga, Sumatera Utara.

Toko ARITRA memiliki *tagline* yaitu “Raja Ikan Asin” yang menjual berbagai macam jenis ikan yang diolah menjadi olahan ikan asin. Ikan yang didapatkan langsung dari perairan sibolga sehingga masih terjaga kualitas ikannya yang langsung diolah dan dipasarkan. Tidak hanya bisa dikonsumsi secara langsung, ARITRA juga menjual produk ikan asin yang dapat bertahan lama dan bisa dijadikan oleh-oleh khas sibolga sehingga dapat dibawa ke luar kota.

1.7.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan susunan dari antar bagian atau bidang posisi yang terdapat dalam sebuah perusahaan sebagai acuan dalam menjalankan kegiatan pekerjaan dalam menggapai tujuan bersama.



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi UD. ARITRA

1.7.3 Tugas Dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi

1. Pemilik

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran usaha.
- b. Bertanggung jawab atas kenyamanan pelayanan.
- c. Bertanggung jawab atas produk.
- d. Bertanggung jawab atas seluruh karyawan dan kompensasi karyawan.
- e. Bertanggung jawab atas keuntungan dan kerugian dari hasil penjualan.
- f. Melakukan perencanaan dan pengelolaan seluruh kegiatan usaha.
- g. Melakukan penyusunan kebijakan atas keuangan usaha.
- h. Sebagai pengambil keputusan.
- i. Melakukan pengelolaan utang-piutang yang berhubungan dengan usaha.

2. Karyawan Toko

- a. Menjalankan produktivitas kinerja.
- b. Bertanggung jawab atas produk di toko.
- c. Mengawasi dan menjaga kualitas produk agar selalu terjaga kebersihannya.
- d. Melayani dan memberikan penjelasan terkait produk yang dijual.
- e. Menerima produk dari bagian lain yang akan di *display* pada toko.

3. Karyawan pengolahan

- a. Bertanggung jawab atas kualitas ikan yang diolah.
- b. Mempersiapkan produk yang telah siap diolah untuk diantarkan ke toko.
- c. Memberikan laporan kepada pemilik selaku pimpinan terkait ikan yang masuk ke pengolahan.
- d. Bertanggung jawab atas keluhan pelanggan terkait kualitas ikan yang kurang baik.