

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat pesat dan pesat, bahkan di Indonesia sendiri. Teknologi pada dasarnya ada untuk mempermudah manusia. Teknologi informasi ini telah banyak digunakan untuk mengolah, mengolah dan menganalisis data untuk memperoleh data atau informasi yang relevan, cepat, jelas dan akurat. Teknologi informasi telah banyak digunakan di instansi pemerintah atau perusahaan swasta dan instansi lainnya. dan perkembangan teknologi informasi ini telah membuka babak baru di masyarakat maupun di dunia bisnis, kini para pengusaha memanfaatkan teknologi informasi ini untuk mengembangkan usahanya.(Siregar & Nasution, 2020)

Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet.pemasaran diinternet sama dengan direct marketing, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri. Dengan menggunakan pemasaran

diinternet toko mendapatkan pelanggan yang lebih luas dan banyak lagi karena mencakup berbagai tempat bahkan yang jauh dari alamat toko itu sendiri

CRM adalah pendekatan untuk mengelola hubungan bisnis dengan pelanggan. Dengan rasio ini, seharusnya meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan(Syabania & Rosmawani, 2021).Pendapat dari pengamat lain juga sebagi berikut Manajemen hubungan pelanggan (CRM) adalah aktivitas, perusahaan, dan strategi yang mencakup semua cara untuk menciptakan, mengelola, dan memelihara hubungan dengan pelanggan yang ada, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi penjualan, pemasaran, dan layanan yang menggunakan teknologi informasi melalui filosofi dan budaya bisnis yang berpusat pada pelanggan untuk membuat proses bisnis menjadi lebih efisien (Anggara et al., 2022).

Toko Dunia Sepatu adalah salah satu toko sepatu ternama dan sudah cukup lama berdiri di ibu kota Pasaman Barat yaitu Kecamatan Pasaman ,toko ini bergerak dalam bidang penjualan pakaian seperti penjualan sepatu formal dan non-formal pria dan Wanita serta menjual sepatu, sandal dewasa dan anak-anak. Namun dalam proses penjualan pada toko ini masih dilakukan secara manual, hal ini terjadi karena pada distro ini belum mempunyai sebuah sistem informasi yang mendukung dalam proses penjualan barang sehingga menyebabkan tidak efektif dan efesiennya kinerja perusahaan, dalam pengelolaan proses pemasaran dan penjualan masih dilakukan dengan sangat sederhana dan belum menggunakan teknologi komputer.Proses penyampaian informasi kepada pelanggan dilakukan melalui iklan di radio.

Hubungan antara toko dengan Pelanggan belum terjalin dengan baik terbukti dengan sedikitnya pelanggan yang berlangganan di toko tersebut dan saran yang membangun ke toko tidak tersampaikan sehingga kurangnya ketertarikan pelanggan untuk datang kembali .Oleh karena itu cara penjualan lama harus sudah diubah dan hubungan dengan pelanggan harus dijalin dengan sangat baik kedepannya demi menunjang efisiensi serta harmonisasi pelanggan kepada Toko Dunia Sepatu.

Berdasarkan penerapan CRM yang diambil pada jurnal dengan judul “Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Klinik Valerie Beauty” para peneliti menyimpulkan bahwa penerapan CRM pada Klinik Valerie Beauty melalui website dapat memudahkan pelanggan baru dan lama menerima informasi /hal-hal baru mengenai perawatan kecantikan maupun produk baru dan promo dari klinik(Babar, 2019).

Selanjutnya penelitian dengan judul jurnal “Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Toko Roti Ganda Berbasis Web” dalam penelitian tersebut sudah menerapkan metode CRM pada objek penelitiannya seperti adanya promosi produk,discount,keranjang pemesanan produk,transaksi dan fitur keluhan,sehingga penjualan pada objek penelitian tersebut naik hingga 28% karena menerapkan CRM berbasis web ini(Siallagan, 2020).

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada pelanggan maka dibutuhkan suatu strategi yang bersifat efektif dan efisien.Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan layanan pelanggan adalah dengan memadukan teknologi web dan sistem Customer Relationship Management (CRM).

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mencoba untuk merancang sistem agar Toko Dunia Sepatu bisa lebih memudahkan para pelanggan dalam memenuhi keinginan sendiri dengan judul **“RANCANG BANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI STRATEGI MARKETING PADA TOKO DUNIA SEPATU MENGGUNAKAN BAHASA PEMOGGRAMAN PHP DAN MYSQL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas , dapat dirumuskan masalah yang dihadapi , yaitu :

1. Bagaimana merancang aplikasi *Customer Relationship Management* berbasis web dengan menggunakan bahasa pemoggraman PHP dan MSQL, agar dapat meningkatkan dan mempercepat penjualan pada Toko Dunia Sepatu?
2. Bagaimana penerapan metode *Customer Relationship Management* sebagai strategi marketing pada Toko Dunia Sepatu, agar dapat meningkatkan penjualan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan Toko Dunia Sepatu?
3. Bagaimana perancangan database aplikasi *Customer Relationship Management*, agar dapat menyimpan data-data produk dengan baik serta mempermudah pemilik Toko Dunia Sepatu mencari informasi produk yang diminta *Customer* ?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka dapat ditarik hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan merancang sistem berbasis web diharapkan dapat mempermudah dan mempercepat proses penjualan Toko Dunia Sepatu agar efektif serta efisien.
2. Diharapkan dengan diterapkannya metode *Customer Relationship Management* di Toko Dunia Sepatu dapat membantu pihak toko meningkatkan penjualan secara signifikan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan sebagai bentuk strategi marketing.
3. Dengan adanya rancangan *database* pada aplikasi *Customer Relationship Management* di Toko Dunia Sepatu, diharapkan dapat membantu pihak toko dalam mendata produk-produk yang ada di Toko Dunia Sepatu baik itu *ready stok* ataupun yang sudah *sold out*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data yang digunakan langsung dari tahap observasi dan wawancara di Toko Dunia Sepatu Pasaman Barat.
2. Hubungan Toko Dunia Sepatu kepada pelanggan sebagai objek yang diteliti pada penelitian ini.
3. Metode yang digunakan yaitu customer relationship management (CRM)
4. Menggunakan bahasa pemograman PHP dan database MYSQL

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dicapai yaitu:

1. Merancang aplikasi *Customer Relationship Management* berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL agar memudahkan Toko Dunia Sepatu dalam menjual produk sepatu secara cepat dan mudah.
2. Membantu pihak toko meningkatkan penjualan secara signifikan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan sebagai bentuk strategi marketing menggunakan metode *Customer Relationship Management*.
3. Mempermudah pihak toko mencari informasi produk tanpa melihat ke gudang toko langsung dengan menggunakan *database* yang dirancang.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Sebagai sarana bagi penulis untuk menerapkan dan mengembangkan wawasan dibidang ilmu pengetahuan komputer, sehingga penulis mampu menciptakan sistem yang lebih baik.
 - b. Menambah pengalaman dan wawasan penulis dalam membangun sistem informasi.
2. Bagi Kampus
 - a. Sebagai bahan untuk menambah referensi di Perpustakaan Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang khususnya program studi sistem informasi.

- b. Sebagai alat ukur untuk menilai pemahaman mahasiswa dalam penelitian.
3. Bagi Perusahaan
- a. Meningkatkan dan mengembangkan proses penjualan pada Toko Dunia Sepatu.
 - b. Menghasilkan laporan yang cepat, tepat dan akurat guna mendukung pengambilan keputusan bagi pihak Toko Dunia Sepatu.

1.7 Tinjauan Umum Organisasi

Disini penulis akan menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

1.7.1 Sejarah Singkat Berdirinya Toko Dunia Sepatu

Toko Dunia Sepatu merupakan usaha yang bergerak dibidang perdagangan yang berdiri pada tahun 2006. Usaha ini didirikan oleh Bapak Syaiful Adli. Sebelumnya Bapak yang lebih dikenal dengan Ali ini sudah memulai karirnya dibidang usaha sepatu ini semenjak umur 17 tahun di Jakarta, kemudian beliau memulainya dengan bekerja menjadi karyawan di salah satu toko sepatu di Jakarta. Beberapa tahun di Jakarta Bapak Syaiful Adli yang berasal dari kota Payakumbuh ini ingin pindah bekerja di kota Bukittinggi karena ingin lebih dekat dengan keluarga beliau. Tempat beliau bekerja di Kota Bukittinggi ini masih bergelut dengan Sepatu. Setelah beberapa bulan beliau bekerja di tempat yang baru, bapak Ali ini langsung di tunjuk sebagai tangan kanan dari pimpina toko karena

keuletan, plan marketing dan pemahaman tentang kualitas sepatu yang didapat beliau di Jakarta.

Setelah beberapa tahun bekerja di Bukittinggi Bapak Ali ini mengalami penyakit Tifus dan sempat di rawat jalan, Hal ini diperkirakan karena terlalu padatnya pekerjaan di toko sebagai tangan kanan pimpinan. Bapak Ali sempat berhenti bekerja untuk beberapa waktu. Melihat hal tersebut Kakak dari Bapak Ali ini mengusulkan untuk membuka Toko sendiri di daerah Pasaman Barat. Kemudian Bapak Ali dan keluarga memutuskan untuk membuka Toko sepatu di daerah Pasaman Barat dengan nama Toko Dunia Sepatu.

Sejak tahun 2006 yang lalu toko dibuka resmi oleh Bapak Syaflia Adli, dimana toko ini menyediakan sepatu formal dan non-formal, sandal, dan sepatu serta sandal untuk anak-anak. Setelah beberapa pengalaman yang didapat dari kota Jakarta dan Bukittinggi Bapak Ali tidak kesulitan untuk memulai bisnis barunya ini, terbukti dengan Toko Dunia Sepatu melejit kencang dan menjadi salah satu toko sepatu yang berkualitas dan terkenal. Toko Dunia sepatu ini sudah beberapa kali menggunakan platform Radio Pasaman untuk mempromosikan toko tersebut. Toko Dunia Sepatu ini sangat menjaga kualitas sepatu yang dibeli oleh Bapak Ali ini, ditambah lagi pemilik toko sangat paham sekali sepatu yang kualitas bagus dan jelek, beliau mengatakan “Kualitas Sepatu bisa dilihat dari kode (A) di tapak sepatu untuk sepatu buatan China dan tapak sepatu dengan merk untuk sepatu yang dibuat sendiri oleh merk itu”.

Bapak Syaiful Adli ini bekerja Sendiri, sebagai pimpinan sekaligus yang menjalankan toko tersebut. Sempat beberapa karyawan beliau rekrut tetapi tidak bertahan lama. Penulisan laporan penjualan pun masih dilakukan manual oleh

Bapak Ali, Hal ini membuat lambatnya proses jual beli. Karena prosesnya belum terkomputerisasi pelanggan toko pun sedikit untuk berlangganan ke toko. Beberapa hal ini lah yang membuat penulis ingin membuat proses jual beli terkomputerisasi dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

1.7.2 Visi dan Misi Toko Dunia Sepatu

1.7.2.1 Visi Toko Dunia Sepatu

Adapun visi dari Toko Dunia Sepatu ini menjadi sebuah perusahaan toko sepatu yang menjaga kualitas barang dan menjadi toko sepatu ternama di Kabupaten Pasaman Barat.

1.7.2.2 Misi Toko Dunia Sepatu

Adapun misi dari Toko Dunia Sepatu adalah sebagai berikut :

1. Menjual produk berkualitas dan bermutu tinggi.
2. Bersinergi dengan toko sepatu lain untuk mengupdate model terbaru dan merk terbaru .
3. Memberikan kepuasan kepada pelanggan