

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dengan internet saling terikat dan tidak dapat dipisahkan. Kemajuan teknologi dan internet saat ini berkembang dengan sangat pesat terbukti di era modern saat ini banyak aspek kehidupan terbantu oleh internet dan teknologi, khususnya dibidang bisnis dan perdagangan. Tidak memandang dari segala sektor, baik pengusaha kecil dan besar juga ikut memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai media untuk mengiklankan produk mereka. Sektor bisnis dan perdagangan menjadi sektor yang paling tinggi terhadap hadirnya teknologi internet dan informasi (Prabowo & Hidayatullah, 2022).

Salah satu perkembangan teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam membangun hubungan dan dapat memperlakukan pelanggan dengan baik adalah *Customer Relationship Management* (CRM). Pelanggan merupakan aset yang sangat berharga bagi setiap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menjaga loyalitas pelanggan karena adanya pelanggan yang loyal akan berdampak terhadap keberlanjutan dari pembelian mereka terhadap suatu produk dan jasa pada perusahaan tertentu serta kesediaan melakukan rekomendasi produk dan jasa kepada pihak-pihak lain (Hidayat & Listianingsih, 2019).

Penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dapat dikembangkan untuk memperoleh pelanggan baru dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang pada akhirnya akan

berujung pada terciptanya kesetiaan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu aplikasi internet atau suatu teknologi yang berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang yaitu bidang pemasaran bidang pemesanan dan pelayanan konsumen (Fitriany & Mulyono, 2023).

Customer Relationship Management (CRM) adalah aktivitas, usaha dan strategi yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang ada, untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah sebuah strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan dengan menggunakan teknologi informasi melalui filosofi dan budaya bisnis yang berpusat pada pelanggan, sehingga proses-proses bisnis tersebut menjadi lebih efektif. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah mengatur hubungan antara perusahaan dan pelanggan sehingga keduanya mendapatkan nilai maksimum dari hubungan tersebut (Anggara dkk., 2022).

Rumah kripik tempe matahari merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner. Kripik tempe matahari sendiri sudah memiliki nama yang cukup besar di kabupaten Dharmasraya, akan tetap sistem pemasarannya masih dilakukan secara manual yaitu hanya mendengar dari mulut ke mulut orang yang sudah pernah membeli dan juga banyak orang yang memiliki suatu warung/toko yang datang langsung ke sana untuk membeli stok kripik tempe matahari untuk mereka jual kembali.

Berdasarkan uraian di atas maka saya akan melakukan penelitian untuk

skripsi saya dengan judul **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA USAHA KRIPIK TEMPE MATAHARI BERBASIS WEB“**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah diantara nya :

1. Bagaimana sistem informasi dapat membantu Rumah Kripik Tempe Matahari dalam memperluas jangkauan pemasaran ?
2. Bagaimana sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat membantu pemilik Rumah Kripik Tempe Matahari dalam mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru ?
3. Bagaimana sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat meningkatkan penjualan kripik pada Rumah Kripik Tempe Matahari ?
4. Bagaimana merancang sistem informasi yang dapat membantu memaksimalkan penjualan Rumah Kripik Tempe Matahari ?
5. Bagaimana bahasa pemrograman PHP ini dapat dimanfaatkan dalam sistem informasi penjualan dan database MySQL sebagai penyimpanan data dengan aman ?

1.3 Hipotesis

Berdasarkan dari perumusan masalah diatas maka dapat ditarik beberapa hipotesis sebagai berikut :

1. Diharapkan dengan adanya sistem informasi CRM pada usaha Rumah Kripik Tempe Matahari ini dapat meningkatkan pemasaran produk yang akan dijual.
2. Diharapkan dengan menerapkan *Customer Relationship Management* dapat semakin memperluas jangkauan dalam mempromosikan produk dan penjualan pada Rumah Kripik Tempe Matahari.
3. Diharapkan perancangan sistem *Customer Relationship Management* ini dapat mempermudah dalam proses promosi dan memperluas penjualan sehingga dapat menghasilkan informasi yang akurat bagi para konsumen.
4. Diharapkan dalam penerapan sistem informasi *Customer Relationship Management* ini dapat semakin mempromosikan produk yang dihasilkan oleh Rumah Kripik Tempe Matahari.
5. Diharapkan dengan adanya sistem informasi ini dapat membantu Rumah Kripik Tempe Matahari dalam mempertahankan pelanggan lama dan menarik minat pelanggan baru.

1.4 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas maka perlu ditemukan batasan-batasan masalah terhadap sistem yang dibahas, tujuannya agar pemecahan masalah tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai dan sesuai dengan judul yang penulis sajikan, maka penulis membuat batasan permasalahan secara umum yaitu :

1. Sistem informasi ini dibangun hanya sesuai kebutuhan yang berkenan dengan usaha Rumah Kripik Tempe Matahari.

2. Pembuatan sistem ini menggunakan PHP dan database MYSQL dalam menyelesaikan masalah pengolahan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya maka dapat dikemukakan tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Memahami ilmu pengetahuan yang didapat sebagai acuan dalam menciptakan sebuah aplikasi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran.
2. Mempromosikan produk dengan menggunakan digital marketing agar penjualan semakin luas ruang lingkungannya.
3. Membangun suatu *web* yang bertujuan untuk mengenalkan produk dan mempromosikan produk kepada orang-orang dalam ruang lingkup yang lebih luas.
4. Mempermudah pemilik dalam pembuatan laporan karena menggunakan database yang dapat menyimpan data secara akurat dan aman.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian diterapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik yang berkaitan dengan penulisan yang terlihat langsung maupun tidak langsung antara lain:

1. Bagi penulis

Menambah wawasan penelitian dalam pengolahan data untuk meningkatkan pemasaran di Rumah Kripik Tempe Matahari.

2. Bagi Rumah Kripik Tempe Matahari

Untuk meningkatkan pemasaran agar mendapat keuntungan yang semakin besar dan maksimal.

3. Bagi pihak lain

Dapat membantu untuk dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum objek penelitian ini didapatkan dari wawancara dan observasi data yang didapatkan berupa data primer atau data yang dikumpulkan secara langsung. Pada bagian ini berisi tentang kepemilikan lokasi penelitian serta sejarah singkat lokasi penelitian, dan pembagian tugas karyawannya.

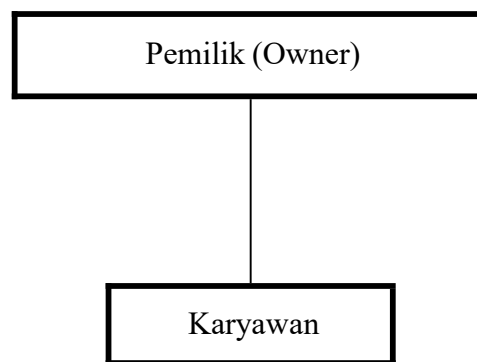
1.7.1 Sejarah Singkat Rumah Kripik Tempe Matahari

Rumah Kripik Tempe Matahari adalah suatu UMKM yang dimiliki secara perorangan/individu yang bergerak dibidang kuliner dan produk yang dijual adalah kripik tempe. Rumah Kripik Tempe Matahari sendiri berdiri sejak tahun 1987 oleh ibu Sumiarti, dan kemudian pada tahun 2010 usaha ini dilanjutkan oleh anaknya yang bernama ibu Sulis hingga sekarang. Rumah Kripik Tempe Matahari sendiri beralamat di Jorong Padang Bintungan, Nagari Sialang Gaung, Kecamatan Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatra Barat.

1.7.2 Struktur Organisasi

Organisasi digunakan sebagai alat untuk menggerakkan bagian-bagian serta fasilitas yang ada sehingga tujuan perusahaan tercapai melalui struktur organisasi semua tugas dan tanggung jawab masing-masing menjadi jelas. Adapun bentuk struktur organisasi pada Rumah Kripik Tempe Matahari dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.

Struktur Organisasi Rumah Kripik Tempe Matahari



Sumber: Rumah Kripik Tempe Matahari

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Rumah Kripik Tempe Matahari

Berikut ini uraian tugas-tugas dari beberapa bagian pada struktur organisasi di Rumah Kripik Tempe Matahari.

1. Pemilik (*Owner*)

Pemilik toko memiliki fungsi yaitu mengontrol sekaligus memantau keadaan Rumah Kripik Tempe Matahari dan mempunyai hak atas pemesanan persediaan barang dagang.

2. Karyawan

Rumah Kripik Tempe Matahari saat ini memiliki karyawan berjumlah 12 orang yang merupakan warga di sekitar Rumah Kripik Tempe Matahari. Tentang pembagian tugas tidak ada pembagian tugas

secara khusus karna setiap pekerjaan dikerjakan secara bergantian oleh karyawan-karyawan Rumah Kripik Tempe Matahari.