

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini tingkat penggunaan teknologi informasi semakin meningkat. Begitu juga dengan tingkat penggunaan internet. Dalam beberapa waktu terakhir ini begitu merebaknya media internet dimana mana, khususnya Indonesia. Internet tidak berpengaruh pada aktifitas penduduk sehari hari tetapi juga berpengaruh pada aktifitas bisnis. Kemajuan teknologi mendorong banyak manusia menciptakan inovasi untuk membantu manusia dalam mendapatkan informasi .

Meningkatnya perkembangan computer dan teknologi memberikan dampak yang cukup besar terhadap perusahaan dan organisasi. Dalam dunia bisnis kebutuhan teknologi sekarang ini merupakan suatu kebutuhan yang sangat vital. Sebab sudah banyak jalannya bisnis dikendalikan dan tidak terlepas dari teknologi informasi. bahkan hampir semua bidang ini mulai menerapkan teknologi informasi dalam pengembangannya dikarenakan kelebihan yang dimiliki oleh teknologi tersebut yaitu pengolahan data dan penghematan waktu yang digunakan untuk memprosesnya.

Teknologi informasi mampu memberikan efektifitas dan keakuratan yang dapat mengorganisir data perusahaan baik dalam jumlah besar serta membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dan strategi didalam kebijakan perusahaan. E-commerce adalah salah satu produk yang dihasilkan oleh internet. (Hasanudin, 2019).

Penjualan merupakan suatu usaha yang padu untuk dikembangkan melalui rencana – rencana strategis yang dapat diarahkan pada pemuasan usaha keinginan

pembeli dan kebutuhan perusahaan. Penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan tunai maupun secara kredit. Penjualan adalah salah satu inovasi yang dapat dilakukan secara online dengan berbasis web (Afan Suriyana dkk,2020)

Perlunya para pelaku usaha untuk terus mengembangkan dan mempromosikan usahanya, salah satunya dengan menggunakan media internet, dengan penggunaan internet perusahaan dapat mempromosikan usahanya dengan biaya yang terjangkau dan dapat di akses secara global. (Atang Saepudin dkk,2021)

E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk - produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas e-commerce adalah world wide web internet. Dalam mengembangkan sebuah usaha para pemilik usaha ingin produk yang mereka miliki dijangkau oleh banyak konsumen (Donni Halomoan dkk, 2022).

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara *profitabel*.

Dewasa ini situs *web* merupakan salah satu sarana dalam mengaplikasikan *Customer Relationship Management* bagi perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Situs *web* merupakan salah satu sarana pengaplikasian *Customer Relationship Management* yang akan memberikan beberapa nilai tambah bagi perusahaan yaitu sebagai sarana penyebaran informasi kepada pelanggan dalam lingkup internasional dan berinteraksi dengan pelanggan dari

berbagai tempat yang dapat diakses oleh setiap orang di dunia melalui *internet*, dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan penggunaan media elektronik atau media cetak. Setiap situs *web* harus di bangun dengan *management* yang baik dan desain yang menarik sehingga fungsi *situs web* tersebut dapat tercapai.

Toko Rafiq Motor merupakan bengkel yang bergerak dibidang pelayanan jasa service, melayani penjualan bermacam-macam jenis sparepart sepeda motor, misalnya oli motor, ban luar/dalam, lampu motor, aksesoris/variasi motor dan masih banyak lagi jenisnya dari bermacam merek, dalam pengelolaan transaksi penjualan masih mengalami permasalahan karena masih dilakukan secara manual, maka masih menimbulkan banyaknya kesulitan bagi pengelola, diantaranya memberikan informasi persediaan atau stok barang dagangan dengan melihat di etalase masih tersedia atau tidak ada barang yang diinginkan oleh konsumen

Masalah masalah tersebut di atas disebabkan sistem penjualan belum tertata dengan baik, kalau hal ini masih diterapkan maka tidak relevan sehingga mengharuskan pihak bengkel untuk menerapkan sistem penjualan yang mampu memproses data secara cepat, akurat dan dapat pelanggan melakukan pemesanan barang secara online tanpa perlu datang ke toko sehingga informasi yang dihasilkan lebih cepat, akurat dan dapat terkelola dengan baik. Melihat kondisi tersebut di atas perlu adanya perancangan sistem informasi penjualan yang terkomputerisasi. Hal ini untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bengkel dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, tidak hanya dari segi pelayanan jasa namun juga dari segi pelayanan penjualan agar pelanggan semakin puas terhadap

pelayanan yang diberikan bengkel dan juga untuk memperluas usaha bengkel, dan agar dapat meningkatkan penjualan Sparepart dan aksesoris bengkel.

Dengan adanya bengkel Rafiq Motor diharapkan mampu melayani kebutuhan konsumen di daerah Kota Pariaman dengan baik. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penulis tertarik untuk meneliti dan membangun sebuah sistem informasi berbasis web dengan judul penelitian **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN SPAREPART DAN AKSESORIS PADA TOKO RAFIQ MOTOR DENGAN MENERAPKAN STRATEGI BISNIS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas maka rumusan masalah dalam peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang dan membangun system informasi e-commerce pada penjualan SparePart dan aksesoris berbasis website dengan menerapkan metode *Customer Relationship Management* pada Toko Rafiq Motor ?
2. Bagaimana mempromosikan produk toko Rafiq Motor ?
3. Bagaimana untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian produk toko Rafiq Motor ?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah yang ada maka hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management* dapat memudahkan penjualan pada Rafiq Motor.

2. Diharapkan pelanggan tidak mengalami kesulitan untuk mengetahui informasi terbaru dan promosi yang disediakan oleh toko.
3. Diharapkan guna meningkatkan penjualan dengan cara membuat media promosi yang menjadi daya tarik bagi konsumen dalam maupun luar kota.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tujuan dari penelitian ini dapat tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan, maka perlu adanya batasan masalah yaitu :

1. Membahas tentang rancangan sistem informasi penjualan berbasis web dengan menerapkan Metode Customer Relationship Management (CRM).
2. Dalam Perancangan system hanya berfokus pada system penjualan dan pemasaran saja.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah guna membantu toko Rafiq Motor untuk mempromosikan produk, mempermudah transaksi jual beli dan juga untuk meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan *website e-commerce* yang dirancang.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh pada penelitian ini yaitu :

1. Dapat mempermudah perusahaan untuk mempromosikan produk yang disediakan kepada pelanggan diharapkan dengan mengimplementasikan aplikasi system informasi penjualan ini dapat mempermudah pihak perusahaan untuk melakukan proses bisnis dengan pelanggan.

2. Dapat meningkatkan penjualan dengan adanya system pembelian barang secara online tanpa perlu pelanggan datang ke toko Rafiq Motor.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

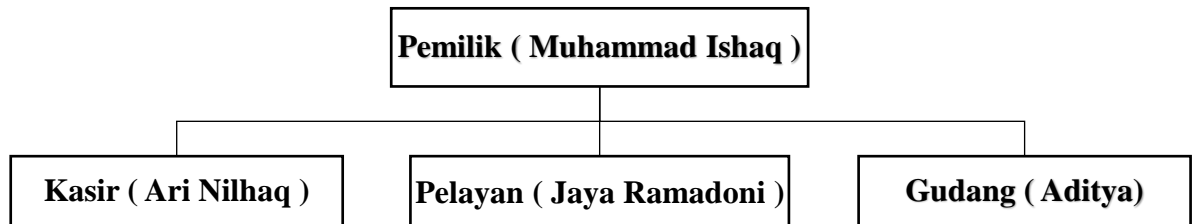
1. Sejarah Umum Toko Rafiq Motor

Rafiq Motor adalah sebuah perusahaan yang menyediakan layanan penjualan dan jasa sparepart dan aksesoris kendaraan. Perusahaan ini banyak menyediakan produk jenis sparepart dan aksesoris kendaraan dengan kualitas istimewa. Perusahaan ini menjual sparepart dan aksesoris kendaraan dengan harga terjangkau tetapi kualitasnya tetap istimewa dan juga tetap melihat perkembangan Trend modifikasi untuk menyesuaikan model modifikasi kendaraan yang sifatnya kekinian. Di perusahaan ini terdiri dari karyawan bagian kasir, pelayan, bagian Gudang yang mengatur pelayanan perusahaan tersebut.

Pemilik Rafiq Motor adalah bapak Rafiq berasal dari daerah asli dari Kota Pariaman dan yang membangun langsung Toko Rafiq Motor sejak pada tahun 2016 toko Rafiq Motor ini beralamat pada Jalan Diponegoro, Kecamatan Pariaman Timur, Kota Pariaman, Sumatera Barat. bapak Rafiq selaku pemiliknya berharap kedepannya bisa membuka cabang lagi agar masyarakat dari semua kalangan bisa membeli spaepart dan aksesoris kendaraan dengan kualitas bagus dan harga terjangkau diperusahaannya dan pelanggan dapat memesan produk dari mana saja serta kapan saja.

2. Struktur Organisasi

Pada tiap perusahaan tentu adanya struktur organisasi untuk menjalankan perusahaan secara efektif . dalam perusahaan ini ada beberapa struktur organisasi yang terdiri dari kasir ,pelayan ,bagian Gudang.



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Rafiq Motor

Sumber: Rafiq Motor

3. Tugas dan Wewenang

1. Pemilik

- a) Bertindak sebagai pimpinan perusahaan dan bertanggung jawab atas segala kegiatan perusahaan.
- b) Mempunyai wewenang penuh dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan.
- c) Mengangkat dan memberhentikan karyawan.
- d) Membayar gaji dan upah karyawan.

2. Kasir

- a) Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya uang

- b) Mencatat pembayaran transaksi penjualan.
- c) Mencatat keluar masuknya uang dalam buku kas

3. Pelayan

- a) Bertanggung jawab melayani konsumen yang datang
- b) Memberikan informasi tentang produk apa saja yang ada di Rafiq Motor.

4. Gudang

- a) Menerima dan mengeluarkan barang.
- b) Mengawasi dan mencatat keluar masuknya barang.
- c) Merawat dan menjaga baran