

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi adalah salah satu unsur pokok dalam pembangunan yang terencana. Tanpa adanya perkembangan teknologi, maka perubahan zaman tidak akan secepat dan secanggih seperti sekarang. Adapun kecanggihan teknologi informasi yang kita nikmati saat ini merupakan buah hasil yang dimulai dari proses panjang puluhan atau bahkan ratusan tahun kebelakang. Perkembangan teknologi terutama dibidang personal komputer dan juga internet telah membawa perubahan pada perusahaan atau organisasi dalam melakukan aktivitas. Maka dari itu, pihak perusahaan atau organisasi harus memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas penjualan (Azis, 2021).

Penjualan adalah aktivitas memperjualbelikan barang dan jasa kepada konsumen. Aktivitas penjualan dalam perusahaan dapat dilakukan baik secara tunai ataupun kredit. Penjualan tunai merupakan penjualan yang dilakukan dengan cara menerima uang atau cash pada saat barang diserahkan pada pembeli (Volvo Sihombing, 2018). Ada beberapa produk yang dapat diperjualbelikan oleh perusahaan, salah satunya penjualan mobil pada PT. Stelindo.

PT. Stelindo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perbaikan, salon dan penjualan mobil. Kegiatan penjualan dan pemesanan mobil pada PT.Stelindo masih menggunakan sistem yang manual. Untuk pemesanan mobil dapat dilakukan dengan menggunakan whatsapp atau harus datang langsung ke perusahaan. PT. Stelindo mengalami kesulitan dalam proses promosi

dan pemasaran karena dilakukan dengan cara menyebarkan brosur dan promosi lewat media sosial. Cara tersebut kurang efektif sehingga perusahaan harus memanfaatkan perkembangan teknologi berupa sistem informasi.

Sistem Informasi adalah suatu kombinasi manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting bagi pengguna atau penerima (Ahmad & Hasti, 2018). Sistem informasi ini dijadikan solusi untuk membantu perusahaan dalam menyediakan pelayanan penjualan mobil secara *real time* sehingga hubungan dengan pelanggan bisa lebih baik. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan salah satunya *customer relationship management (CRM)*.

Customer Relationship Management (CRM) merupakan satu kesatuan penjualan, pemasaran dan strategi pelayanan yang mencegah terjadinya aktivitas pekerjaan yang tidak terkoordinasi antarbagian dengan baik dan itu tergantung pada aksi-aksi perusahaan yang terkoordinasi. CRM mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara *real time* dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi tentang pelanggan, berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan dan media (Zakaria & Marlia, 2019).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan sistem informasi *customer relationship management (CRM)* dilakukan oleh (Purwanto et al., 2018) dengan judul E-Crm Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture. Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem informasi penjualan berbasis

web, yang dibuat untuk memberikan informasi dan membantu dalam proses kegiatan transaksi serta pembuatan laporan. Konsumen dapat kemudahan dengan melihat detail informasi produk furniture dengan mengakses website tersebut dan kemudahan bagi pihak penjual yaitu dapat mengecek kegiatan transaksi pemesanan dan penjualan terkini.

Pada penelitian terdahulu dilakukan oleh (Rosinta & Hasibuan, 2018) dengan judul *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Aplikasi Penjualan Berbasis Web PT. Buana Telekomindo*. Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem yang bertujuan untuk mempermudah manajemen pada PT. Buana Telekomindo dalam pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fadly & Wantoro, 2020) dengan judul *Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dengan Kombinasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan*. Hasil penelitian penerapan dari kombinasi management hubungan pelanggan dengan media social mampu memberikan hasil yang baik bagi penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan keberhasilan CRM dengan media social yang digunakan sebagai pengelolaan asset digital maka dapat diterapkan pada perusahaan lain pada bidang yang berbeda-beda.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk merancang sistem informasi dengan menuangkannya dalam bentuk tugas akhir skripsi dengan judul : **“Penerapan Sistem Informasi *Customer Relationship Management (CRM)* Dalam Melakukan Penjualan Mobil Pada PT. Stelindo Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan *Database MySQL*”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan beberapa pokok permasalahan yang ada pada Stelindo yaitu :

1. Bagaimana membangun sebuah sistem yang dapat membantu PT.Stelindo dalam melakukan penjualan mobil kepada pelanggan agar lebih efektif dan efisien ?
2. Apa metode yang digunakan PT. Stelindo dalam menyediakan pelayanan secara *real time* untuk meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan ?
3. Bagaimana perancangan desain aplikasi proses penjualan mobil pada PT. Stelindo sehingga dapat dilakukan dengan tepat dan akurat ?
4. Bagaimana data penjualan mobil pada PT. Stelindo dapat disimpan dengan baik dan aman ?

1.3 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa hipotesa sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang ada, yaitu :

1. Diharapkan dengan membangun Sistem Informasi berbasis WEB yang dapat membantu PT.Stelindo dalam melakukan penjualan mobil kepada pelanggan agar lebih efektif dan efisien.
2. Diharapkan dengan menggunakan metode *customer relationship management* (CRM), PT. Stelindo dapat menyediakan pelayanan secara *real time* sehingga hubungan baik dengan pelanggan dapat ditingkatkan.

3. Diharapkan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dalam merancang desain aplikasi dapat mengolah data penjualan mobil pada PT. Stelindo dengan cepat dan akurat.
4. Diharapkan dengan menggunakan database *MySQL* data penjualan mobil pada PT. Stelindo dapat disimpan dengan baik dan aman.

1.4 Batasan Masalah

Agar tidak terjadi kesalahan dan penyimpangan dalam penelitian ini, maka perlu adanya batasan ruang lingkup permasalahan. Dalam hal ini penulis membatasi penelitian ini di antara lain :

1. Tempat penelitian berada pada PT. Stelindo.
2. Sistem informasi penjualan mobil dibangun dengan menggunakan metode *customer relationship management* (CRM).
3. Sistem ini berfokus pada penjualan mobil di PT. Stelindo.
4. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam pembuatan sistem ini adalah PHP dan Database *MySQL*.

1.5 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menyediakan pelayanan secara *real time* dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan menggunakan metode *customer relationship management*.

2. Untuk mengetahui sistem informasi yang dibangun dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian mobil di PT. Stelindo.
3. Untuk mengetahui sistem informasi yang dibangun dapat memudahkan dalam pembuatan laporan penjualan mobil di PT. Stelindo.

1.6 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Secara umum manfaat sistem informasi *customer relationship management* penjualan mobil di PT. Stelindo dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan Database *MySQL* adalah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Sebagai pembelajaran bagi penulis dalam mengembangkan dan menambah pengetahuan dalam hal pembuatan suatu program penjualan mobil berdasarkan ilmu yang didapatkan di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
2. Menambah dan meningkatkan keterampilan serta keahlian di bidang perancangan sistem dan program.

1.6.2 Manfaat Bagi PT. Stelindo

Dengan adanya sistem informasi *customer relationship management* (crm) dalam melakukan penjualan mobil pada PT. Stelindo diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif atau alat bantu untuk mempermudah admin dan pimpinan

untuk mencatat penjualan dan melihat laporan penjualan mobil. Sehingga mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi.

1.6.3 Manfaat Bagi Kampus

Diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang teknologi informasi dan menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang serupa.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

Tinjauan umum objek penelitian adalah hal-hal yang berhubungan erat dengan apa yang ada di objek penelitian secara umum. Hal-hal yang di ambil dari tinjauan umum pada PT. Stelindo adalah sebagai berikut :

1.7.1 Profil Perusahaan

Pt. Stelindo didirikan pada tahun 2011. PT. Stelindo bergerak dibidang perbaikan, salon dan penjualan mobil. PT. Stelindo Padang terletak dia Jl. ByPass KM.8, Jl. By Pass Kayu Gadang No.Kelurahan, Pasar Ambacang, Kuranji, kota Padang, Sumatra barat 25152. Salah satu cabang PT. Stelindo berada di Sumatera Barat yaitu di Kota Padang. Stelindo buka jam Senin- Sabtu : 08.00 – 17.00 Minggu: Tutup.

1.7.2 Visi dan Misi Perusahaan

Agar mencapai tujuan yang diinginkan PT. Stelindo memiliki beberapa visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi

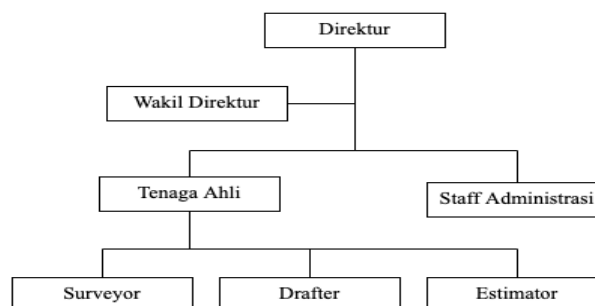
Menjadi Group Dealer otomotif terbaik di Indonesia dengan memberikan pelayanan pasti dan sepenuh hati.

2. Misi

Memberikan pengalaman terbaik kepada konsumen dan memberikan nilai tambah bagi stakeholders.

1.7.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran dari serangkaian tugas-tugas yang tujuannya agar anggota yang berada di dalam organisasi dapat bekerja sama dengan baik yang ditunjang dengan menjaga hubungan yang telah terstruktur dan informal antar individu. Struktur organisasi bukanlah tujuan dari suatu perusahaan namun merupakan alat bantu dalam mencapai tujuan perusahaan tersebut. Struktur organisasi yang terdapat di PT. Stelindo dapat dilihat pada Gambar 1.1 :



(Sumber : PT. Stelindo, 2022)

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi PT. Stelindo

Berikut ini adalah deskripsi pekerjaan dari struktur organisasi yang terdapat pada PT. Stelindo sebagai berikut :

1. Direktur

Mengkoordinasikan, mengawasi serta memimpin manajemen Perseroan dan memastikan semua kegiatan usaha Perseroan dijalankan sesuai dengan visi,

misi dan nilai Perseroan.

2. Wakil Direktur

Mengarahkan dan menetapkan strategi dan kebijakan bidang tugas yang menjadi tanggung jawabnya dengan memperhatikan visi, strategi dan kebijakan Perseroan yang telah ditetapkan dan mengawasi kelancaran kegiatan Perseroan sesuai dengan strategi dan kebijakan yang telah ditetapkan.

3. Tenaga Ahli

Bertanggung jawab atas ketepatan waktu pelaksanaan pekerjaan yang telah ditetapkan untuk pekerjaan survei / pengumpulan data sekunder, pengumpulan data primer, pengolahan dan penyajian / pelaporan

4. Staff Administrasi

Mengatur atau menata administrasi kantor atau perusahaan seperti memasukkan data atau entry data, mencatat apapun yang keluar dan masuk kantor, melakukan pemesanan suatu barang jika diperlukan, dan lainnya

5. Surveyor

Surveyor dituntut untuk membuat laporan secara rinci soal penjualan mobil di PT. Stelindo.

6. Drafter

Membuat atau menyiapkan gambar-gambar kerja teknik, sehingga gambar tersebut dapat dengan jelas dan mudah dimengerti orang lain dan mudah dalam proses pembentukan obyek gambar tersebut

7. Estimator

Mencari informasi perkembangan harga mobil dan menetapkan harga pokok.