

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi sangat diperlukan semua orang, baik secara pribadi maupun perusahaan. Hal ini ditandai dengan banyaknya pengguna komputer untuk mencapai tujuan perusahaan. Perkembangan perusahaan yang menerapkan teknologi informasi, mendorong terjadinya persaingan bisnis. Lingkungan bisnis salah satu faktor terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan dalam persaingan. Banyak kegagalan perusahaan terjadi karena tidak memperhitungkan aspek lingkungan dan implikasinya terhadap manajerial (Marian & Ramli, 2019).

Untuk menghadapi persaingan ini diperlukan informasi yang cepat dan tepat oleh pimpinan atau manager perusahaan. Informasi ini digunakan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan. Informasi juga digunakan sebagai alat untuk mengetahui perkembangan dalam merencanakan strategi untuk yang akan datang. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar pelanggan tidak berpaling ke pesaing yang lain. Penerapan dari *Customer Relationship Management* (CRM) diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya antara pembeli dan penjual, tetapi lebih mengarah ke hubungan mitra. *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai sebuah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsifungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta

mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara *profitable* (Fauzi & Harli, 2017).

Informasi merupakan asset penting bagi suatu perusahaan, maka informasi harus berkualitas, dijaga, dan dipelihara dengan baik, Sedangkan kualitas dari suatu informasi harus akurat, tepat waktu dan relevan (Ramadhanu, 2017). Penerapan teknologi informasi dalam suatu bisnis dapat mendukung perusahaan untuk memiliki daya saing yang lebih baik (Kasma, 2019). A&I communication adalah sebuah toko handphone yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa service, penjualan aksesoris, pulsa elektrik serta menjual berbagai jenis handphone yang berada dipasar pusat kota Padang Panjang, Dalam kegiatannya, A&I Communication menerima dan memenuhi permintaan pelayanan jasa service handphone dari konsumen. Permasalahan yang muncul pada proses transaksi pelayanan jasa service, penjualan, pembelian sparepart serta laporan yang ada di toko A&I belum terkomputerisasi, sehingga dapat terjadi kesalahan dalam proses penulisan transaksi. Dengan cara seperti itu, pelayanan jasa service serta penjualan kepada konsumen dan pembelian barang kepada supplier menjadi tidak efektif karena menghambat proses dalam penulisan mengenai data service, penjualan dan pembelian Penyimpanan data yang masih berbentuk arsip dinilai kurang efektif ketika membuat laporan, Pencarian data juga masih membutuhkan waktu yang lama untuk menemukan data yang dicari atau diinginkan, Karena belum diterapkannya sistem komputerisasi pada toko A&I, memungkinkan terjadinya kesalahan pencatatan dalam rekapitulasi data service, data penjualan, data pembelian sparepart dan juga kesalahan dalam proses perhitungan transaksi

pelayanan jasa service, penjualan dan pembelian sparepart untuk mendapatkan informasi mengenai pendapatan dan pengeluaran pada A&I Communication.

Melakukan penghitungan biaya pelayanan servis dan juga pencatatan data penjualan secara manual dapat menyebabkan terjadinya manipulasi dan kesalahan dalam pencatatan. Berdasarkan hasil dari pemaparan yang telah diuraikan, maka penulis mengambil suatu tindakan untuk memecahkan permasalahan tersebut, sehingga dengan ini penulis mengangkat judul “**Sistem Informasi Pelayanan Jasa Servis Hp Dan Penjualan Pada CV. A&I Communication Menggunakan *Costumer Relationship Management* (CRM) Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana membangun sistem informasi yang dapat mempermudah dalam pengelolaan pelayanan servis dan penjualan pada CV. A&I Communication.
2. Bagaimana membangun sistem informasi yang dapat mempermudah dalam pembuatan laporan pelayanan servis dan penjualan secara cepat dan tepat pada CV. A&I Communication.
3. Bagaimana perancangan Sistem informasi *Costomer Relationship Management* (CRM), Untuk pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan pada CV. A&I Communication.

1.3 Hipotesa

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

1. Diharapkan dengan dibangunnya sistem informasi dapat mempermudah dalam pengelolaan pelayanan servis dan penjualan pada CV.A&I Communication.
2. Diharapkan dengan dibangunnya sistem informasi dapat mempermudah dalam pembuatan laporan pelayanan servis dan penjualan secara cepat dan tepat pada CV. A&I Communication.
3. Mempermudah konsumen dalam melihat dan mencari produk-produk terbaru pada Toko A&I Communication.

1.4 Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam laporan penelitian ini, maka diterapkan batasan-batasan terhadap sistem yang akan diteliti, hal ini dimaksudkan agar langkah-langkah pemecahan masalah tidak menyimpang. Adapun batasan masalah penelitian diambil antara lain:

1. Sistem informasi Pelayanan jasa Servis dan penjualan *Handphone* menggunakan bahasa pemograman PHP dan Database MySQL.
2. Data yang dianalisa yaitu semua data pelayanan servis dan data penjualan *Handphone*.

1.5 Tujuan Penelitian

Dari penelitian ini penulis mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

1. Membangun sebuah sistem informasi yang dapat mempermudah Toko A&I Communication dalam pengelolaan data-data pada toko.
2. Memudahkan dalam pembuatan laporan penjualan dan servis pada Toko A&I Communication.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi:

1. Peneliti, dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dibangku perkuliahan, melatih dalam berpikir secara sistematis dan ilmiah serta sebagai bahan acuan dalam pengembangan sistem selanjutnya.
2. Pimpinan, tersedianya sistem yang dapat membantu dalam pengelolaan data penjualan dan biaya pelayanan jasa pada Toko.
3. Pihak lain, diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.

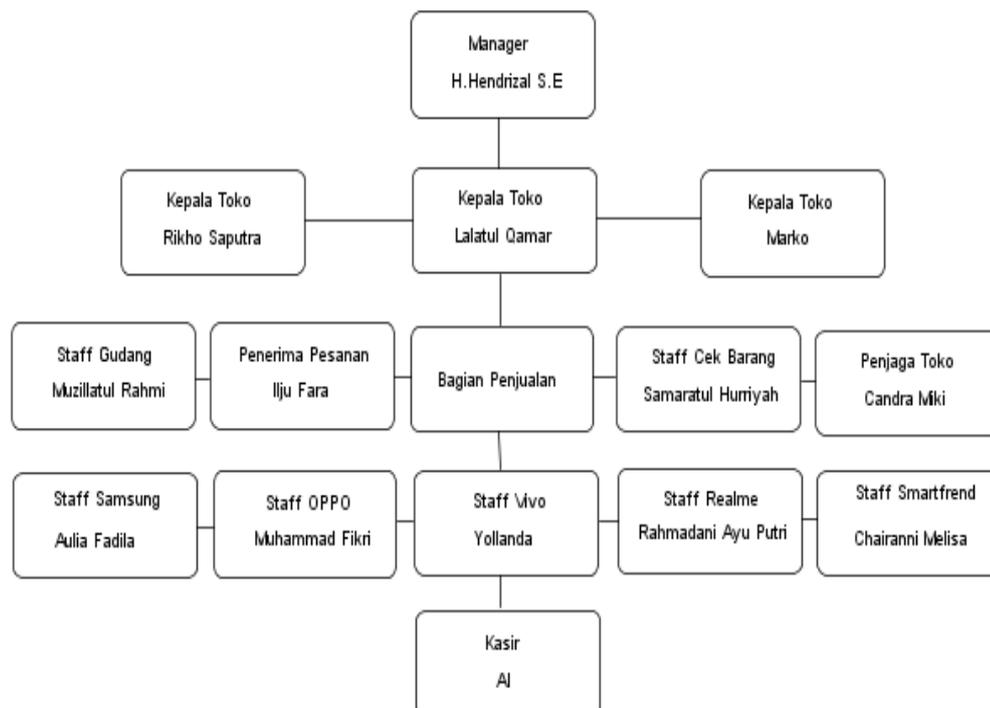
1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

Pada bagian ini penulis akan memaparkan tentang perusahaan atau organisasi yang merupakan objek penelitian, mulai dari sejarah singkat, struktur organisasi serta tugas dan wewenang.

1.8 Sejarah Berdirinya Toko A&I Communication

A&I didirikan pada tanggal 07 juli 2003 oleh H.Hendrizal S.E, pertama didirikan A&I Communication masih berbentuk lapak di pasar kota padang panjang, lalu pada tahun 2005 A&I membuat gerai cabang di kisaran pasar pusat kota padang panjang, dan sampai sekarang toko cabang menjadi toko inti bagi A&I.

1.9 Struktur Organisasi Toko A&I



Sumber: toko A&I

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko A&I Communication

1.10 Tugas dan Wewenang

Adapun pembagian tugas dan wewenang yang ada pada Toko A&I
Communication:

1. Manager

Adapun tugas dari manager sebagai berikut :

- a. Sebagai pemilik Toko A&I
- b. Memimpin dan mengelola Toko A&I
- c. Mengawasi jalannya kinerja seluruh karyawan

2. Kepala Toko

Adapun tugas dari kepala toko adalah sebagai berikut:

- a. Membuat seluruh laporan yang berhubungan dengan toko
- b. Mencatat semua data transaksi

3. Staff gudang

Adapun tugas dari staff gudang adalah sebagai berikut:

- a. Mengelola semua data gudang

4. Penerima Pesanan

Adapun tugas dari Penerima Pesanan adalah sebagai berikut:

- a. Menerima semua barang yang masuk ke toko

5. Staff Cek Barang

Adapun tugas dari Staff cek barang adalah sebagai berikut:

- a. Mengecek kembali barang keluar dan masuk

6. Penjaga Toko

Adapun tugas dari penjaga toko adalah :

- a. Memastikan kondisi transaksi dan pelayanan pada toko baik baik saja

7. Bagian Penjualan

Adapun tugas dari bagian penjualan adalah:

- a. melayani konsumen ketika membeli handphone