

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi pada masa era globalisasi sekarang sangat berkembang pesat. Hal ini dikarenakan pemikiran-pemikiran manusia yang semakin maju, hal ini dapat dilihat dengan perkembangan ilmu komputer yang semakin berkembang pesat. Kemajuan teknologi khususnya pada bidang komputer banyak sekali memberikan keuntungan dan kemudahan dalam hal penghematan waktu dan juga pada penghematan tenaga kerja (Nugraha, 2021). Dan juga teknologi komputer merupakan teknologi yang paling banyak dimanfaatkan diberbagai instansi baik pemerintah maupun swasta (Putri et al, 2019).

Keberhasilan perusahaan dalam bisnis saat ini bergantung pada pengelolaan hubungan yang efektif dengan pelanggan. Dengan begini, Customer Relationship Management (CRM) sangat diperlukan untuk keberlangsungan sebuah bisnis, karena dapat membangun dan memperdekat hubungan secara signifikan antara pelanggan dan perusahaan, sehingga berkontribusi pada keberhasilan perusahaan melalui loyalitas pelanggan, layanan unggul, pengumpulan informasi yang lebih baik, dan pembelajaran perusahaan CRM sebagai strategi bisnis dan pemasaran yang mengintegrasikan teknologi, proses, dan aktivitas bisnis di sekitar pelanggan. CRM adalah salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan karena strategi ini didasarkan pada integrasi penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan untuk membangun nilai bagi perusahaan dan pelanggannya (Visser &

Fokkema, 2021).

Strategi CRM (Customer Relationship Management) bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam pemesanan kaca mata sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi untuk membina hubungan yang baik berdasarkan saling mengerti dan percaya. Situs web merupakan salah satu sarana dalam mengaplikasikan Customer Relationship Management yang akan memberikan beberapa nilai tambah lagi kepada perusahaan yaitu sebagai sarana penyebaran informasi kepada pelanggan dalam lingkup internasional dan berinteraksi dengan pelanggan dari berbagai tempat yang diakses oleh setiap orang didunia melalui internet, dengan biaya yang relative rendah dibandingkan dengan media elektronik ataupun media cetak (Ayu et al, 2021).

CRM berbasis website untuk memudahkan pemilik toko dalam melakukan pemasaran, penjualan dan pelayanan, sehingga memberikan kemudahan terhadap pelanggan dalam mencari sebuah informasi produk yang ada di toko tersebut. (Saputra Irsandi et al., 2021).

Dari permasalahan tersebut maka perlu adanya suatu media yang dapat mengelola hubungan antara toko dengan pelanggan yang dapat menambah tingkat kepuasan pelanggan dan memicu loyalitas pelanggan, salah satu caranya adalah dengan mengaplikasikan konsep Customer Relationship Management (CRM). (Warsela et al., 2021)

Oleh karena itu, permasalahan pada Optik Indah perlu adanya suatu media yaitu berupa sistem yang mengintegrasikan antar pemasaran, pemesanan dan pelayanan pelanggan menjadi suatu aplikasi berbasis online yang dapat

mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, dengan membuat sebuah website yang mengimplementasikan konsep Customer Relationship Management (CRM). Dengan adanya aplikasi CRM yang berbasis website diharapkan dapat menjadi solusi perusahaan dalam manajemen pelayanan perusahaan dan dapat memanfaatkan database pelanggan beserta keluhannya untuk menjadi masukan dan perbaikan perusahaan dan dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan (order) serta dijadikan sebagai media promosi produk perusahaan yang dapat menghemat biaya perusahaan dalam mempromosikan produk kepada pelanggan. (Afnita et al., 2023)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat membuat suatu sistem informasi untuk meningkatkan kualitas komunikasi dalam melayani pelanggan pada Optik Indah.

## **”PENERAPAN METODE CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA OPTIK INDAH BERBASIS WEB DENGAN MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat penulis ambil adalah sebagai berikut :

Bagaimana cara meningkatkan penjualan pada Optik Indah dengan menggunakan strategi Customer Relationship Management (CRM)?

1. Bagaimana cara untuk membantu Optik Indah dalam mengelola laporan Penjualan?

2. Bagaimana memasarkan Produk Kacamata yang tersedia pada Optik Indah?
3. Bagaimana cara supaya pelanggan dapat mengetahui Produk yang Tersedia?
4. Bagaimana cara mengolah dan menyimpan data penjualan sparepart Sepeda motor dengan cepat dan akurat?

### **1.3. Hipotesa**

Berdasarkan rumusan masalah yang di uraikan oleh penulis sebelumnya, maka dapat ditentukan hipotesis sebagai jawaban sementara permasalahan yang ada yaitu:

1. Diharapkan dengan menggunakan perancangan sistem informasi Customer Relationship Management (CRM) dapat membantu pengelolaan kegiatan dalam menginputkan transaksi penjualan yang ada pada Optik Indah.
2. Diharapkan dengan adanya perancangan sistem informasi Customer Relationship Management (CRM), dapat membantu Optik Indah dalam membantu dalam meningkatkan pelanggan.
3. Diharapkan dengan menggunakan database MySQL sebagai penyimpanan dapat mengolah data dengan aman.
4. Diharapkan dengan adanya perancangan sistem informasi Customer Relationship Management (CRM) dapat membantu kinerja karyawan dalam proses penjualan dan juga mempermudah pekerjaan.

#### **1.4. Batasan Masalah**

Agar penelitian skripsi ini terarah dan tujuan dari penulis ini tercapai sesuai diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah, yaitu :

1. Sistem yang dirancang sebagai media informasi dan pengolahan data.
2. Penyajian informasi menghadirkan sebuah layanan sistem informasi berbasis web yang terfokus pada layanan konsumen dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan Database MySQL.
3. Penelitian yang akan dilakukan hanya membahas dan menerapkan metode CRM pada study kasus penjualan dan relasi pada pelanggan di toko Optik dengan menggunakan komponen dan faktor-faktor pendukung lain dalam metode CRM dan program yang berbasis PHP.

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian antara lain :

1. Untuk menghasilkan sebuah website yang dapat membantu Optik Indah dalam memasarkan produknya sehingga membuat pelanggan tertarik.
2. Untuk menghasilkan sistem informasi yang dapat membantu pelanggan untuk melihat informasi secara detail
3. Dengan sistem CRM berbasis website ini dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga dapat menghasilkan pelanggan lebih banyak.
4. Untuk mempermudah Optik Indah dalam mengolah data dan transaksi yang terjadi.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diambil dari Optik Indah yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi Peneliti**

Sebagai pembelajaran bagi penulis dalam mengembangkan dan menambah ilmu yang di dapat selama di bangku perkuliahan dan juga sebagai acuan pembuatan sistem informasi menggunakan strategi Costumer Relationship Management (CRM) pada Optik Indah.

### **2. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembacanya dan dapat digunakan untuk rujukan atau referensi penelitian berikutnya.

### **3. Bagi Optik indah**

Membantu Optik Indah untuk dapat meningkatkan pelanggan dalam proses penjualan. Perusahaan dapat menyediakan laporan yang tepat dan akurat. Dan dapat membantu Optik Indah untuk mengambil keputusan, dan duntuk meningkatkan pelanggan dengan menggunakan strategi CRM.

## **1.7. Gambaran Umum Objek Penelitian**

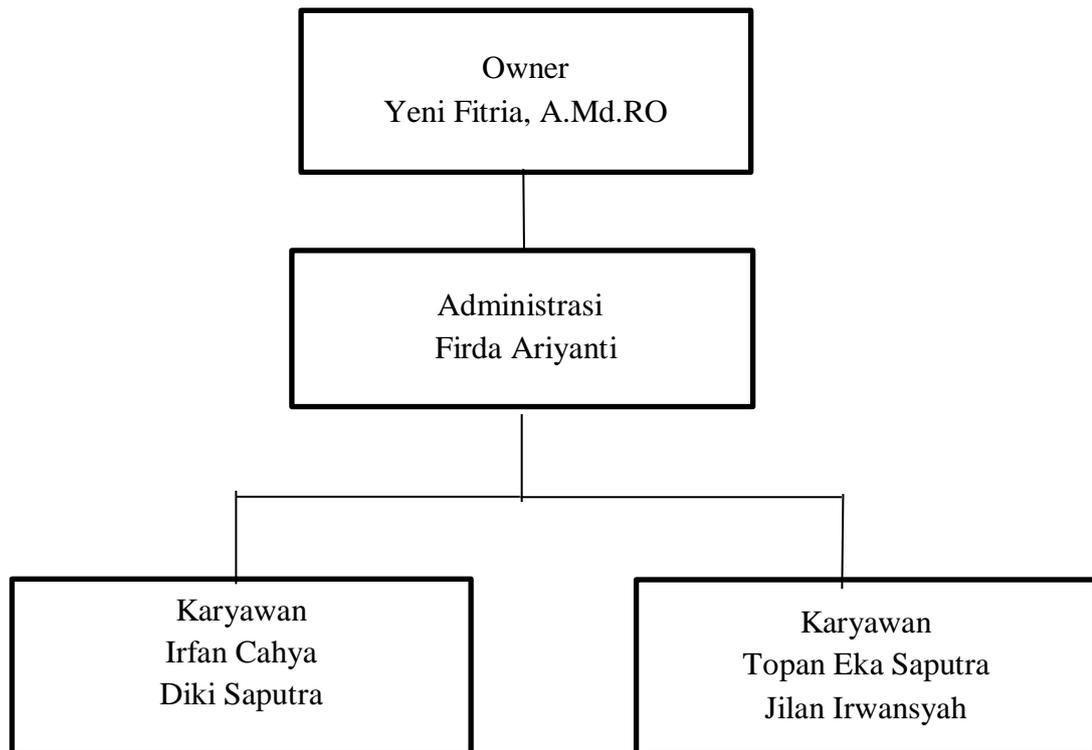
Gambaran umum objek penelitian ini didapatkan dari wawancara dan observasi, data yang didapatkan berupa data primer atau data yang dapat dikumpulkan secara langsung. Pada bagian ini berisi tentang organisasi yang menjadi objek penelitian, mulai dari sejarah singkat, struktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masingnya.

### **1.7.1. Sejarah Singkat Optik Indah**

Toko Optik Indah pertama kali didirikan oleh ibuk Yeni Fitria, A.Md.RO pada tahun 2017 yang berlokasi di Jl. Muradi No. 19 Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. Usaha ini didirikan karena Ibuk Yeni Fitria ingin mendirikan sebuah toko optik sendiri, beliau bosan kerja dibawah pimpinan orang lain dan gaji yang diberikan juga tidak sesuai dengan pekerjaan ibuk tersebut. Beliau juga bertanya kepada temannya yang memiliki toko optik bagaimana proses membuat dan mendirikan usaha toko optik sendiri. Akhirnya ibuk Yeni Fitria memutuskan untuk mendirikan usaha sendiri.

### **1.7.2. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah sebuah kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan. Adapun struktur organisasi Optik Indah dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini :



*Sumber : Optik Indah*

**Gambar 1.1 Struktur Organisasi Optik Indah**

### **1.7.3. Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab**

Berdasarkan struktur organisasi diatas, maka tugas masing-masing bagian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Owner
  - a. Mengontrol penjualan dan tanggung jawab Optik
  - b. Memimpin anggota melakukan tugas dan tanggung jawab
  - c. Mengembangkan optik menjadi lebih baik
2. Administrasi
  - a. Mengelola pembelian dan penjualan pada optik
  - b. Menerima pembayaran dari pelanggan dan tagihan
  - c. Serah terima pembayaran

3. Karyawan

- a. Melakukan pelayanan terhadap konsumen dengan baik dan benar
- b. Memeriksa dan mendiagnosis konsumen yang ingin membeli kacamata sesuai keinginan konsumen
- c. Memberikan edukasi kepada pelanggan tentang perawatan lensa, kacamata, atau lensa kontak yang mereka beli.