

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan sistem informasi penjualan barang dan layanan komputer berbasis web merupakan langkah strategis bagi perusahaan dalam era digital saat ini. Karena melalui sistem informasi yang berkembang pada saat ini telah banyak memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk mendapatkan informasi secara tepat, cepat, dan akurat.

Sistem informasi penjualan merupakan sebuah informasi dengan menggunakan media elektronik. Dengan menggunakan sistem ini akan diharapkan pelanggan dapat mengetahui informasi produk terbaru yang dikeluarkan perusahaan dan sebagai sarana promosi terbaik sehingga pelayanan kepada pelanggan akan semakin meningkat (Zaki Nurdianto, 2022).

Dalam dunia bisnis dimana kecenderungan pelanggan untuk membeli produk tidak hanya tergantung pada standar produk yang ditawarkan, tetapi juga pada standar layanan yang diterima pelanggan dari bisnis tersebut. Keberhasilan bisnis sangat bergantung pada kemampuan seseorang untuk memberikan layanan terbaik kepada klien dan mitra. Jika Anda memberikan layanan yang sangat baik kepada pelanggan Anda, mereka akan senang dan Anda akan memiliki pelanggan setia seumur hidup (Priyambodo & Razaq, 2023). Mempertahankan pelanggan jauh lebih baik dibandingkan mencari pelanggan baru (Yudiana et al., 2023).

Latansa Computer adalah sebuah toko komputer yang menjual berbagai peralatan komputer dan melayani jasa perbaikan komputer atau laptop. Dengan semakin ketatnya persaingan di pasar elektronik, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan bisnis (Manurung et al., 2024). Persaingan bisnis penjualan komputer dan berbagai macam aksesoris komputer terus bersaing dalam pasar dengan perubahan yang cepat, dan kompetitif yang terfokus pada pelanggan (Khairullah et al., 2022).

Sistem informasi penjualan dan service komputer pada Latansa Computer masih belum terkomputerisasi, sehingga masih belum ada database yang menampung data penjualan dan data service pelanggan. Dimana pelayanan jasa yang dilakukan oleh petugas masih menggunakan secara manual, yaitu petugas menulis data yang masuk pada buku pelanggan. Sehingga menyebabkan proses pengelolaan data pelanggan, data penjualan, dan layanan data menjadi kurang efisien. Latansa Computer juga kesulitan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan secara akurat, karena pada bagian administrasi harus mencatat keluhan dari pelanggan disetiap komputer dan laptop yang akan diservice.

Pelanggan juga belum mendapatkan informasi tentang promosi-promosi atau diskon barang, dikarenakan metode penyebaran promosi yang ada saat ini dengan brosur dinilai masih belum efektif, karena biaya pencetakan yang membutuhkan biaya yang lebih. Dan belum bisa untuk mengajukan kritik dan saran, dimana saran kritik menjadikan tolak ukur kebutuhan yang diperlukan pelanggan untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

Salah satu keunggulan dalam peningkatan layanan adalah dengan penerapan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customers Relationship Management* (CRM). CRM merupakan suatu pendekatan bisnis yang didasarkan pada pengelolaan hubungan atau hubungan dengan pelanggan. Tujuan dari CRM adalah meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dengan memberikan layanan khusus jangka panjang untuk meningkatkan nilai dengan mempelajari karakteristik (Amanda Putra & Toto Raharjo, 2022). Penerapan kegiatan CRM terbagi menjadi dua tujuan, yaitu memantau dan menyerap pengetahuan pelanggan melalui percakapan di web sosial (pemantauan dan penambangan) dan membantu perusahaan untuk memiliki interaksi proaktif dan reaktif dengan *customer* mereka (Lohanda et al., 2022)(Hasan et al., 2023).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Latansa Computer memerlukan suatu sistem yang dapat menjalankan proses bisnisnya dan meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan dengan menerapkan strategi bisnis dengan *Customers Relationship Management* (CRM) dalam sistem informasi penjualan berbasis *web*. Dengan penjelasan diatas maka judul penelitian yang di usulkan yakni:

“PENERAPAN CUSTOMERS RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BARANG DAN SERVICE KOMPUTER BERBASIS WEB STUDI KASUS:LATANSA COMPUTER”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas peneliti dapat merumuskan beberapa rumusan masalah diantaranya:

1. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management (CRM) dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan penjualan barang dan service komputer berbasis web?
2. Bagaimana pengelolaan data pelanggan secara etis dapat diintegrasikan dalam penerapan CRM untuk menjaga privasi pelanggan dalam sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis web?
3. Bagaimana pengaruh penerapan CRM terhadap peningkatan kepuasan dan layanan pelanggan dalam penjualan barang dan service komputer secara online?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka di dapat hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dalam penerapan Customer Relationship Management (CRM) dalam sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis web memiliki dampak positif terhadap efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan penjualan.
2. Diharapkan pada pengelolaan data pelanggan secara etis dalam penerapan CRM dapat menjaga privasi pelanggan dan mendukung kepercayaan dalam sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis web.

3. Diharapkan penerapan CRM berpengaruh bagi sistem informasi penjualan dan service komputer berbasis web dalam meningkatkan tingkat kepuasan, membangun loyalitas, dan mengambil keputusan bisnis yang lebih baik.

1.4 Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam laporan penelitian ini, maka diterapkan batasan-batasan terhadap sistem yang akan diteliti. Adapun batasan masalah pada penelitian ini di antaranya:

1. Penerapan CRM pada Latansa Computer hanya akan memfokuskan pada sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis web.
2. Perancangan sistem informasi penjualan barang dan service komputer ini menyajikan informasi yang berhubungan dengan pendaftaran pelanggan, pemberian informasi dan promosi, transaksi penjualan dan transaksi service.
3. Penelitian ini hanya akan menganalisis perubahan kinerja sistem informasi penjualan barang dan service komputer berbasis web setelah penerapan CRM dari segi efisiensi waktu dan akurasi data.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan diantaranya:

1. Dalam penerapan CRM berbasis web dapat membantu Latansa Computer untuk mengelola data pelanggan dan transaksi secara efektif.

2. Dalam penerapan CRM membantu Latansa Computer untuk memberikan Produk dan layanan yang sesuai dengan pelanggan.
3. Dalam penerapan CRM membantu Latansa Computer memberikan pengalaman pelanggan yang baik.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan pada penelitian ini diantaranya:

1. Bagi Latansa Computer
 - a. Membantu Latansa Computer melakukan penjualan, kegiatan pemasaran, dan kegiatan service kepada pelanggan.
 - b. Membantu meningkatkan kualitas layanan informasi promosi atau diskon kepada pelanggan.
2. Bagi pelanggan adalah mendapatkan informasi layanan penjualan produk, promosi, dan layanan service yang berkaitan dengan Latansa Computer.
3. Bagi penulis adalah dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mengembangkan sistem informasi penjualan.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Latansa Computer, sebuah perusahaan yang didirikan oleh Muhammad Zeri pada tahun 2014 yang bertempat di Jl. Lubuk Sikarah IX Korong didepan masjid lubuk sikarah, Kota Solok, Sumatra Barat. Latansa Computer merupakan sebuah toko yang menjual berbagai alat-alat komputer atau laptop dan Latansa Computer tidak hanya menjual perangkat keras komputer, tetapi juga menerima layanan servis komputer maupun laptop.