

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang ketat saat ini memaksa perusahaan untuk fokus pada kebutuhan yang diinginkan konsumen dan kebutuhan akan suatu sistem informasi yang dapat membantu perusahaan bertahan dalam jangka panjang, termasuk memiliki informasi hubungan pelanggan yang sistematis, sehingga pelanggan dapat mencari informasi dengan lebih mudah. memanfaatkan beragam informasi dari sumber informasi global di dunia maya (Internet) (Wahyudin and Irfansyah 2022). Salah satu strategi yang dapat dilakukan Perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan cara strategi *Customer Relationship Management (CRM)*, CRM merupakan strategi yang secara khusus berusaha memberikan layanan yang bersifat personal sehingga dapat memberikan kepuasan yang tinggi pada pelanggan, karena pelanggan merupakan aset yang sangat penting dalam sebuah Perusahaan. CRM adalah proses mengidentifikasi pelanggan, menciptakan customer knowledge, membangun *customer relationship*, dan membentuk persepsi solusinya. CRM adalah pendekatan strategis untuk mengelola interaksi organisasi dengan pelanggan saat ini dan pelanggan potensial (Prabowo dkk., 2023). CRM dibuat dengan tujuan sebagai integrasi dari proses strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi. CRM berfungsi menyimpan informasi pelanggan dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut (Khair dkk., 2021).

Apotek merupakan salah satu jenis badan usaha yang bergerak di bidang penjualan obat dan sangat membutuhkan suatu sistem informasi pengelolaan data obat untuk mempermudah dan mempercepat proses operasional apotek dan juga merupakan salah satu faktor kunci. Hadir di apotek adalah manfaat yang dapat diberikan dan cara pelayanan diberikan kepada pelanggan. Pada umumnya mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan dibandingkan menarik pelanggan baru, maka dalam mempertahankan pelanggan kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan apotek (Hendra dkk., 2022). Apotek Bunda Farma 2 merupakan sebuah toko yang menjual obat dan Apotek Bunda Farma 2 dalam melakukan penjualannya masih mengandalkan tatap muka dengan konsumen, dimana konsumen setiap pembeli harus datang ke apotek untuk melakukan transaksi pembelian. Jika dilakukan penjualan secara *online* tentunya akan memperluas peluang pasar dan juga dapat meningkatkan penjualan.

Laporan pada Apotek Bunda Farma 2 masih dilakukan secara manual, sehingga pimpinan masih membutuhkan waktu lama dalam membuat laporan harian, perbulan, dan tahunan, sehingga laporan tersebut mudah rusak dan hilang. Pada saat ini konsumen sangat sulit mencari informasi tentang keberadaan Apotek Bunda Farma 2 yang mengakibatkan Apotek Bunda Farma 2 kurang dikenal oleh banyak orang. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka dibutuhkan sebuah *website* dengan konsep strategi *Customer Relationship Management (CRM)*. Hal ini sangat penting karena dengan keberadaan sebuah *website* dapat membantu menyampaikan informasi produk secara detail pada konsumen. Selain itu dengan *website* tersebut dapat mempermudah konsumen mengakses informasi yang dibutuhkan dimana saja. Tidak hanya itu, keberadaan suatu *website* serta

memperluas jangkauan pemasaran diatas, saya tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul “**Perancangan Aplikasi *Customer Relationship Management (CRM)* Pada Apotek Bunda Farma 2 Berbasis Web**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan mendasarkan pada Apotek Bunda Farma 2, Adapun permasalahan tersebut antara lain:

1. Bagaimana cara meningkatkan penjualan pada Apotek Bunda Farma 2 dengan konsep strategi *Customer Relationship Management (CRM)*?
2. Bagaimana sistem informasi ini dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan?
3. Bagaimana sistem informasi ini dapat mempercepat pemilik toko dalam pembuatan laporan penjualan?
4. Bagaimana sistem informasi ini dapat mempermudah pelanggan dalam mencari informasi produk secara detail?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini terarah dan permasalahan yang di bahas tidak keluar dari topik pembahasan maka perlu adanya Batasan ruang lingkup permasalahan dalam hal ini penulis membatasi penelitian ini antara lain:

1. Studi kasus untuk penelitian ini berada pada Apotek Bunda Farma 2.

2. Membangun sebuah sistem informasi penjualan berbasis *Website* dengan konsep strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang berfokus terhadap layanan pada konsumen.
3. Menghasilkan sebuah sistem untuk laporan data penjualan.
4. Bahasa Pemrograman yang digunakan dalam pembuatan sistem ini adalah PHP dan *database* MySQL.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan permasalahan maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Penerapan sistem informasi penjualan yang baru dengan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) diharapkan dapat meningkatkan komunikasi antara Apotek Bunda Farma dengan Pelanggannya dan pelanggan dapat mengetahui informasi produk secara detail.
2. Penerapan sistem informasi berbasis *website* yang baru diharapkan pelanggan dapat mengakses produk tanpa harus data ke Apotek, melakukan pembelian, pembayaran secara online dimanapun dan kapanpun, sehingga dapat meningkatkan minat beli pelanggan dan penjualan terhadap Apotek Bunda farma 2.
3. Penerapan sistem informasi berbasis *website* ini dapat mempermudah pemilik Apotek Bunda Farma 2 dalam melakukan Pembuatan laporan penjualan dimanapun dan kapanpun.
4. Penerapan sistem informasi berbasis *website* ini dapat diharapkan mempermudah Apotek Bunda Farma 2 menampilkan informasi produk

secara detail guna meningkatkan kepuasan dan kemudahan pelanggan dalam melihat informasi produk yang di inginkan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Peneliti adalah antara lain:

- 4.3.1.1 Meningkatkan penjualan Apotek Bunda Farma 2 di konsep Strategi *Customer Relationship Management* (CRM).
- 4.3.1.2 Meningkatkan sistem informasi berbasis *website* untuk dapat meningkatkan pelayanan Apotek Bunda Farma 2 kepada Pelanggan.
- 4.3.1.3 Membangun sistem informasi berbasis *website* yang dapat mempermudah pemilik untuk membuat laporan penjualan.
- 4.3.1.4 Usaha menghasilkan sistem informasi yang dapat membantu konsumen agar dapat melihat informasi produk secara detail.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagi Mahasiswa
 - 1. Menambah pengalaman dan wawasan penulis dalam membangun sistem informasi.
 - 2. Sebagai sarana bagi peneliti dalam mengembangkan wawasan di bidang ilmu komputer.
 - 3. Sebagai acuan bagi peneliti dalam mengembangkan sistem yang lebih baik lagi.

b. Bagi Pemilik

1. Membantu Apotek Bunda Farma 2 dalam meningkatkan prose penjualan.
2. Dapat menyediakan laporan yang cepat, tepat dan akurat guna membantu Apotek Bunda Farma 2 dalam mengambil Keputusan.

c. Bagi Kampus

1. Sebagai bahan untuk menambah referensi di perpustakaan Universitas Putra Indonesia YPTK Padang khususnya program studi Sistem Informasi.
2. Sebagai alat ukur untuk menilai pemahaman mahasiswa dalam melakukan penelitian.

d. Masyarakat atau Konsumen

1. Memberikan kemudahan kepada Masyarakat atau Pelanggan dalam proses pembelian Obat tanpa harus datang langsung ke toko.
2. Transaksis jual beli secara online lebih cepat, mudah dan aman karena dengan pembayaran melalui internet banking kita tidak perlu pergi kemana – mana.

1.7 Tinjauan Umum Apotek Bunda Farma 2

Tujuan didirikan Apotek Bunda Farma 2 ini yaitu sebagai sarana farmasi yang melakukan peracikan, pengubahan bentuk, pencampuran dan penyerahan obat dan bahan obat, sama halnya dengan apotek apotek pada umumnya. Tujuan didirikan apotek ini selain untuk sarana farmasi, apotek ini juga ingin meningkatkan masyarakat tentang penggunaan obat.

1.7.1 Visi dan Misi Apotek Bunda Farma 2

Apotek Bunda Farma 2 memiliki Visi dan Misi sebagai Berikut:

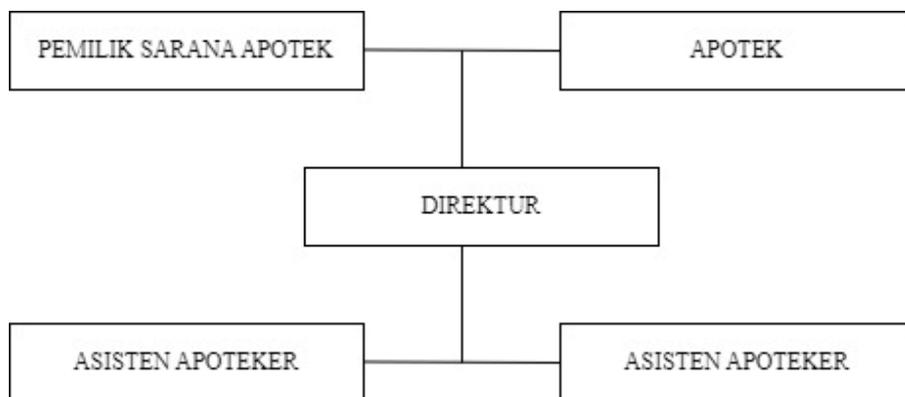
Visi: “Kerja Cerdas”

Misi: “Menciptakan Suasana yang aman dan nyaman baik bagi konsumen maupun karyawan”

1.7.2 Struktur Apotek Bunda farma 2

Struktur pada apotek ini merupakan gambaran formal apotek yang akan menunjukkan adanya pemisahan fungsi uraian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang disusun untuk membantu pencapaian serta pengendalian secara efektif.

Berikut gambaran dari struktur pada apotek Bunda Farma 2.



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi

Sumber: Apotek Bunda Farma 2

1.7.3 Tugas dan Tanggung Jawab Apotek Bunda Farma 2

1. Tugas APA (Apoteker Pengelola Apotek)

- a. Memimpin seluruh kegiatan apotek, baik kegiatan teknis maupun non teknis kefarmasian sesuai dengan ketentuan maupun perundangan yang berlaku
- b. Mengatur, melaksanakan dan mengawasi administrasi.
- c. Berkewajiban melaksanakan pengelolaan obat dan SDM di apotek
- d. Berkewajiban untuk menyediakan, menyimpan dan menyerahkan perbekalan farmasa yang bermutu baik dan keabsahan terjamin.
- e. APA bertanggung jawab sepenuhnya terhadap pelayanan resep dan wajib melayaninya sesuai dengan tanggung jawab dan keahlian profesi.
- f. Dapat menjual obat keras yang dinyatakan sebagai daftar obat wajib Apotek tanpa resep.

2. Tugas Asisten Apoteker

- a. Melayani Masyarakat di bidang Kesehatan melalui dari penerimaan resep sampai menyerahkan obat yang diperlukan, baik pelayanan langsung.
- b. Mengatur dan mengawasi kelengkapan obat-obatan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila obat habis maka harus dengan segera dipesan.
- c. Memelihara kebersihan ruangan apotek beserta alat-alat, agar lingkungan apotek tetap higienis dan indah untuk dipandang.

- d. Mengatur dan mengawasi penyimpanan obat -
obatan berdasarkan syarat teknis farmasi agar mudah
dijangkau dan diawasi untuk kecepatan dan ketepatan dalam
pelayanan.
 - e. Mengerjakan pembuatan sediaan obat sehari-hari menyangkut
peracikan obat, pengemasan obat, penulisan etiket dan pembuatan
salinan resep.
3. Tenaga Administrasi
- a. Mencatat pembelian tunai dan kredit.
 - b. Mencatat penjualan tunai dan kredit.
 - c. Membukukan penagihan penjualan dan kredit.
 - d. Membantu tugas asisten apoteker.
 - e. Membukukan faktur pembelian dan faktur penjualan.
 - f. Bertanggung jawab terhadap masuk keluarnya uang apotek.
 - g. Mencatat jumlah pendapatan apotek setiap hari