

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang ketat saat ini menuntut perusahaan untuk fokus terhadap kebutuhan konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikirnya dari orientasi keuntungan menuju faktor potensial lain seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi saat ini membuat perusahaan harus mengetahui target pasar yang dibidiknya dan tingkat kualitas produk atau jasanya. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan *eksternal* untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitable.

Industri tekstil merupakan industri pengolahan yang mengubah serat menjadi benang atau kain. Tekstil dapat disebut juga dengan bahan, bahan yang dimaksud disini adalah bahan yang digunakan dalam pembuatan pakaian atau lebih sederhananya disebut dengan kain. Faktor yang harus diperhatikan dalam memilih bahan untuk busana adalah memilih bahan sesuai desain (Yasin dkk., 2023)

Manajemen hubungan konsumen (*customer relationship management*) adalah proses mengelola informasi rinci tentang konsumen perorangan dan semua 'titik kontak' konsumen secara seksama untuk memaksimalkan loyalitas konsumen. Titik kontak konsumen adalah semua kejadian dimana konsumen menghadapi

merek dan produk dari pengalaman aktual ke komunikasi pribadi atau masal hingga observasi biasa(Rahmawati dkk., 2019).

Manajemen hubungan pelanggan merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan organisasi, baik pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial. manajemen hubungan pelanggan merupakan dinamika perubahan strategik, proses, organisasional, dan teknis yang dilakukan organisasi dalam rangka mengelola perusahaannya secara lebih baik dan selaras dengan perilaku pelanggan(Billah dan Purnama, 2021)

Untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, bisnis memerlukan akses yang mudah terhadap informasi pelanggan. Ini mencakup data pembelian, preferensi pelanggan, riwayat transaksi, dan lainnya. Informasi ini penting untuk memberikan pengalaman pelanggan yang personal dan memadai. Untuk meningkatkan penjualan dan mengelola proses penjualan dengan baik, bisnis pakaian memerlukan sistem yang memungkinkan mereka untuk melacak prospek, mengelola penjualan, memantau inventaris, dan merencanakan strategi pemasaran. Menerapkan Sistem Informasi *Customer Relationship Management* (CRM) dapat memberikan bisnis pakaian keunggulan bersaing. CRM membantu dalam memahami pelanggan, mengelola komunikasi dengan mereka, dan merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dengan adopsi Sistem Informasi CRM yang tepat, bisnis pakaian dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan berpotensi untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Menghadapi perkembangan teknologi, bisnis pakaian harus terus berinovasi agar tetap relevan

dan kompetitif. Penerapan Sistem Informasi CRM adalah salah satu langkah yang cerdas untuk menjawab tantangan tersebut.

Dengan rancang bangun sistem informasi penjualan ini dapat membantu proses penjualan pada toko DYR Textile. Berdasarkan uraian dan dorongan oleh kegiatan untuk pembahasan masalah ini, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam suatu penelitian yang berbentuk skripsi dengan judul **“RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI CRM UNTUK SISTEM PENJUALAN BAHAN PAKAIAN MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**

1.2 Rumusan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang dimaksud penulis, maka penelitian ini membatasi daripada aspek-aspek berikut:

1. Bagaimana mengimplementasikan sistem CRM yang efektif untuk Perusahaan penjualan bahan pakaian?
2. Bagaimana mengintegrasikan data pelanggan dari berbagai saluran penjualan(online,offline,sosial media) ke dalam sistem CRM untuk memahami pelanggan?
3. Bagaimana merancang jalur kerja dalam sistem CRM untuk mengotomatisasi tugas-tugas yang berulang, seperti pengiriman pesan, penjadwalan kunjungan, dan *follow-up* pelanggan?

1.3 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat diberikan beberapa hipotesa terhadap permasalahan yang dihadapi, maka peneliti mengemukakan :

1. Diharapkan CRM membantu DYR Textile dalam efisiensi proses penjualan.
2. Diharapkan CRM dapat meningkatkan pelayanan konsumen.
3. Diharapkan implementasi dari CRM dapat membantu manajemen dalam proses laporan keuangan dan laporan stok barang.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang dimaksud penulis, maka penelitian ini membatasi diri pada aspek-aspek berikut :

Adapun batasan masalah tersebut adalah penelitian ini hanya fokus pada proses penjualan bahan pakaian yang tersedia. Penelitian berfokus pada efektifitas proses penjualan dan meningkatkan pelayanan pelanggan. Analisis dan evaluasi hanya dilakukan pada proses penjualan dan layanan dengan menggunakan metode CRM.

1.5 Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Merancang dan bangun sistem informasi penjualan CRM (*Customer Relationship Management*) yang berguna untuk meningkatkan penjualan Perusahaan.
2. Penerapan metode CRM (*Customer Relationship Management*) pada sistem informasi manajemen.

3. Membangun sebuah aplikasi dengan menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan *Database* MYSQL dalam penjualan yang sesuai dengan manajemen.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

1. Penulis
 - a) Penelitian sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir.
 - b) Sebagai sarana untuk mempraktekkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.
 - c) Mengetahui secara mendalam tentang *metode Costumer Relationship Management* yang digunakan.
2. Bagi Akademik
 - a) Dapat dijadikan referensi bagi penelitian atau mahasiswa lain yang akan mengangkat tema yang sama dengan sudut pandang yang berbeda nantinya.
3. Bagi DYR Textile
 - a) Diharap dapat membantu pihak DYR Textile untuk mempermudah dalam proses penjualan yang baik dan benar.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

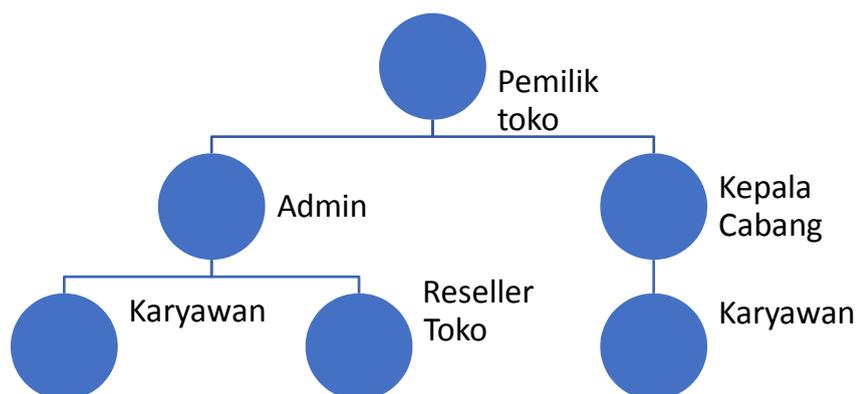
Gambaran umum penelitian adalah gambaran umum tentang Usaha Bahan Pakaian DYR Textile. Gambaran Umum tersebut diantaranya: Sejarah berdirinya DYR Textile dan struktur Organisasi.

1.7.1 Sejarah Berdirinya DYR Textile

DYR Textile adalah toko yang menjual berbagai macam kain batik, songket, tille, borkat, bahan celana, bahan jas, kain katun dan bahanpakaian lainnya. DYR Textile toko bahan kain yang berdiri sejak tahun 2018 Sejak didirikan hingga saat ini. DYR Textile ini memiliki 4 petak toko yang berada di pasar raya padang. yang berlokasi di Pasar Raya Padang.

1.7.2 Struktur Organisasi DYR Textile

Struktur organisasi merupakan komponen penyusun suatu perusahaan, yang memperjelas kedudukan setiap posisi, termasuk pembagian setiap bagian dari pekerjaan di dalam organisasi tersebut. Adapun struktur organisasi DYR Textile sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi DYR Textile

1. Pemilik toko

Pemilik usaha akan mengawasi segala pelaksanaan dan tanggung jawab, memberi arahan sesuai kepentingan dan tujuan perusahaan, memeriksa dan memantau laporan keuangan usaha.

2. Kepala Cabang

Kepala Cabang akan mengawasi segala pelaksanaan dan mengawasi karyawan sesuai dengan tujuan usaha. membuat laporan barang masuk dan barang keluar dan membuat laporan keuangan usaha.

3. Admin

Admin akan melakukan perencanaan kerja, membuat laporan barang masuk dan keluar dan membuat laporan keuangan, menganalisa dan memastikan target penjualan toko, menghimpun administrasi data, mengadakan evaluasi karyawan.

4. Karyawan

Karyawan akan langsung membantu dan melayani pelanggan dalam proses penjualan bahan pada toko.

5. Reseller Toko

Orang yang bertugas memasarkan dan menjual produk toko.