

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat dan cepat termasuk di Indonesia sendiri. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal. Teknologi informasi ini sudah banyak digunakan untuk memproses, mengolah data, menganalisis data untuk menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas, dan akurat. Teknologi informasi sudah banyak digunakan di lembaga pemerintahan ataupun perusahaan swasta dan institusi lainnya. Dan perkembangan teknologi informasi ini pun telah membuka babak baru di lingkungan masyarakat, termasuk di dunia bisnis, saat ini para *entrepreneur* memanfaatkan teknologi informasi ini untuk perkembangan bisnisnya itu sendiri (Siregar, Yana, dkk. 2020).

Dunia bisnis Toko sparepart motor melakukan kegiatan penjualan dan pemasaran produk sparepart motor masih secara sistem offline, saat konsumen membeli sebuah sparepart motor harus datang langsung ke toko dan konsumen tidak tahu harga dan stok barang yang tersedia sebelum membeli sparepart tersebut. Sistem pembayaran dengan uang tunai dan pemasaran produk tidak begitu luas maka dari itu sebuah inovasi teknologi informasi sangat diperlukan dengan menggunakan sistem website (Prabowo, dkk. 2020).

Sistem informasi berbasis komputer kini menjadi suatu hal yang penting bagi pemenuhan kebutuhan informasi. Banyak bidang yang telah memanfaatkan sistem informasi berbasis komputer sebagai sarana untuk mempermudah

pekerjaan. Mulai dari kalangan pebisnis, usahawan sampai dengan kalangan pendidikan hampir semua memanfaatkan komputer sebagai alat bantu untuk mempermudah pekerjaan (Iqbal,Muhammad, dkk. 2021).

CRM adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel. CRM didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi. Sehingga CRM adalah bagaimana perusahaan menumbuhkan nilai mereka pada pelanggan. Dengan strategi ini, pelanggan diikat agar mereka tidak seliweran untuk melirik perusahaan lain, meski terkadang mereka menoleh namun dihati mereka tetap bersama perusahaan, tujuan dari setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan (Elfaladonna, Febie, dkk. 2022).

Berdasarkan masalah diatas, penulis bermaksud membangun sebuah sistem komputerisasi yang terintegrasi dengan database khusus yang membantu Bengkel Heng Motor Padang. untuk itu dengan pertimbangan tersebut judul penelitian yang saya ajukan adalah **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN PENJUALAN SPAREPART SERTA BOOKING SERVICE DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA BENGKEL HENG MOTOR PADANG BERBASIS WEB”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Mahalnya biaya promosi atau pemasaran iklan sehingga pemilik bengkel tidak bisa pemasaran sparepart kapan saja.
2. Penjualan suku cadang atau sparepart meningkat pada akhir - akhir ini membuat banyak pelanggan tidak mendapatkan sparepart yang dicari karena stock sparepart pada bengkel cepat habis.
3. Banyaknya antrian pemasangan sparepart maupun service motor membuat pelanggan harus menunggu terlalu lama.

1.3 Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat ditarik dugaan sementara (hipotesis) sebagai berikut:

1. Dengan memasarkan sparepart secara online melalui web dapat mengatasi masalah pada bengkel tersebut dan pemilik bengkel bisa mempromosikan sparepart kapan saja dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak.
2. Dengan menerapkan penjualan sparepart secara online dapat mengatasi masalah pelanggan yang tidak mengetahui stock sparepart tersedia pada bengkel tanpa harus datang ke bengkel.
3. Dengan menerapkan *booking online* melalui call center yang ada pada web sehingga pihak bengkel memberi informasi kepada pelanggan supaya dapat mengatasi masalah pelanggan yang harus menunggu terlalu lama di bengkel.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah sangat diperlukan agar mempermudah dalam pembahasan dan lebih mengarah pada pokok persoalan pada penelitian ini. Penelitian ini hanya untuk mempermudah pihak bengkel agar memasarkan sparepart secara online melalui web dan service booking melalui call center yang ditampilkan pada halaman web kepada pelanggan melalui penerapan CRM. Pada sistem ini hanya dapat membuat laporan cetak pada transaksi perbulan. Fitur gratis ongkir hanya berlaku didalam provinsi dan diluar dikenakan ongkir bayar ditempat.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini mampu menyelesaikan permasalahan bagaimana merancang sebuah sistem informasi pemasaran penjualan serta service booking service menggunakan metode CRM berbasis website yang mampu mempermudah penyebaran informasi produk, memudahkan penjualan tanpa harus datang ke lokasi Bengkel Heng Motor Padang, serta pembuatan laporan yang tepat dan akurat dan kontrol pemilik Bengkel Heng Motor Padang dapat dengan website.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat diantaranya sebagai berikut :

- a. Manfaat bagi penulis

1. Dapat memberikan kontribusi dalam menambah literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sistem informasi pemasaran penjualan serta booking dengan menerapkan metode CRM.
 2. Diharapkan dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan dalam kajian keilmuan dan perkembangan teknologi dalam bidang sistem informasi pemasaran penjualan serta booking berbasis web dengan menerapkan CRM pada Bengkel Heng Motor Padang.
- b. Manfaat bagi kampus
1. Sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa tentang penerapan CRM pada pemasaran penjualan serta booking service.
 2. Sebagai tambahan bahan referensi mengenai sistem CRM pada prodi sistem informasi UPI-YPTK.
- c. Manfaat bagi Pemilik Bengkel
1. Pemilik dapat melakukan promosi penjualan menggunakan sistem aplikasi CRM secara online melalui Website dan menghemat biaya.
 2. Heng Motor Padang dapat Menyimpan data customer yang melakukan transaksi.
 3. Dapat Memperkenalkan infomasi bengkel ke target pasar secara langsung melalui website.
 4. Pelanggan dapat melakukan booking service secara online melalui mobile Webiste, sehingga dapat mempermudah pelanggan untuk menservis sepeda motor.

1.7 Tinjauan Umum Usaha

Dalam tinjauan umum usaha ini akan dibahas tentang sejarah singkat berdirinya usaha ini dan struktur organisasi usaha serta tugas dan tanggung jawab masing masing bagian.

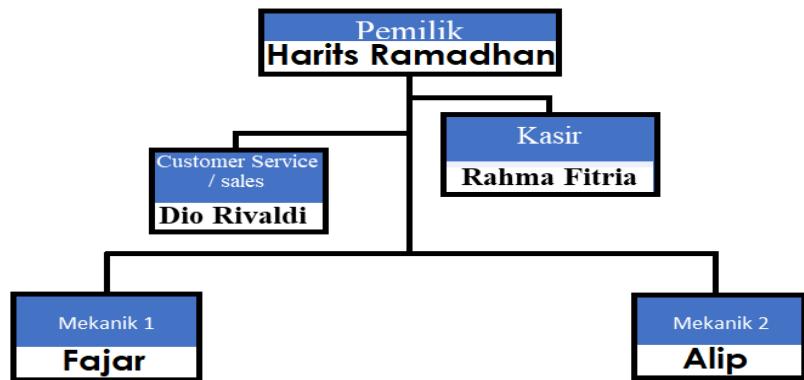
1.7.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Bengkel Heng Motor Padang didirikan oleh Harits Ramadhan pada tahun 2019. Bengkel Heng Motor bergerak dibidang penjualan sparepart dan jasa service kendaran bermotor. Bengkel Heng Motor Padang memiliki beberapa cabang di Sumatera Barat, yaitu kota Padang dan Bukittinggi. Bengkel Heng Motor Padang menjual beberbagai macam sparepart untuk semua merek motor yang ingin dimodifikasi serta jasa service dan pemasangan sparepart. Usaha ini beralamat di Jalan Dr. Soetomo Marapalam No. 87 Kec. Padang Timur Kota Padang.

1.7.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran dari serangkaian tugas-tugas yang tujuannya agar anggota yang berada di dalam organisasi dapat bekerja sama dengan baik yang ditunjang dengan menjaga hubungan yang telah terstruktur dan informal antar individu. Struktur organisasi bukanlah tujuan dari suatu usaha namun merupakan alat bantu dalam mencapai tujuan usaha tersebut. Dalam pencapaian tujuan itu perlu adanya koordinasi dan kerjasama antara bagian-bagian dalam usaha.

Adapun bentuk struktur organisasi pada Bengkel Heng Motor Padang dapat dilihat pada Gambar 1.1:



Sumber : Bengkel Heng Motor Padang

Gambar 1.1 Struktur Organisasi

1.7.3 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

1. Pemilik Usaha

Adapun tugas dari pemilik usaha adalah sebagai berikut

- Memimpin, mengatur, mengkoordinasi dan tanggung jawab terhadap usaha yang dimiliki
- Memantau roda organisasi yang bejalan secara internal dan eksternal
- Mengawasi kinerja karyawan dan mengatur proses berjalannya usaha

2. Kasir

Adapun tugas dan kewajiban kasir adalah sebagai berikut :

- Mengurus transaksi penjualan dan service motor kepada pelanggan
- Membantu customer dalam pemberian informasi terkait barang-barang yang diperlukan oleh customer
- Mencatat laporan toko

3. Customer service & sales

Adapun tugas dan kewajiban customer service & sales adalah sebagai berikut :

- Melayani pelanggan serta menjalin hubungan terhadap pelanggan
- Bertanggung jawab terhadap strategi pemasaran penjualan serta promosi kepada pelanggan
- Mengatur persediaan barang dan stok penjualan pada Bengkel

4. Mekanik

Adapun tugas dan Kewajiban mekanik adalah sebagai berikut :

- Melakukan pekerjaan perbaikan kendaraan pelanggan dengan sebaiknya sesuai dengan instruksi kerja yang tercantum dalam Perintah Kerja Bengkel
- Menjaga dan memelihara peralatan bengkel
- Menjaga kebersihan dan keamanan di tempat kerja dan menjaga kendaraan pelanggan, baik yang sedang dalam proses perbaikan, maupun yang sudah selesai
- Meminta dan mengambil suku cadang atau sparepart yang dibutuhkan dalam pekerjaan perbaikan setelah disetujui oleh pelanggan