

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sulaman bayangan merupakan salah satu jenis kerajinan tangan khas yang populer di daerah Barung-Barung Balantai, Kabupaten Pesisir Selatan. Kerajinan ini telah menjadi salah satu mata pencaharian utama masyarakat setempat, memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian lokal. Salah satu pelaku usaha sulaman bayangan yang cukup dikenal adalah Sulaman Bayangan. Namun, Sulaman Bayangan menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, terutama sistem penjualan dan pemasaran yang dilakukan masih terbatas dan kurang optimal. Saat ini, proses penjualan dan pemasaran produk sulaman bayangan masih dilakukan secara konvensional, seperti melalui penjualan langsung di toko atau pasar lokal. Upaya pemasaran yang dilakukan juga terbatas pada platform media sosial, seperti berbagi foto dan video produk di Instagram, serta mengandalkan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Permasalahan lain yang dihadapi adalah pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang kurang terstruktur. Pengusaha sulaman bayangan kesulitan dalam mengidentifikasi preferensi dan perilaku pelanggan, serta mengelola feedback dan keluhan secara efektif.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan sebuah sistem informasi penjualan dan pemasaran yang terintegrasi berbasis web dengan menerapkan metode Customer Relationship Management. Customer Relationship Management (CRM) mencakup serangkaian strategi, proses, dan teknologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola interaksi dan hubungan dengan pelanggan. CRM berfokus pada pengumpulan, analisis, dan pemanfaatan data

pelanggan guna meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. (Mercu Buana Jakarta & Ekonomi dan Bisnis, 2024) . Manfaat CRM bagi penjualan adalah Manfaat CRM pada penjualan antara lain adalah membantu penjual dalam memahami kebutuhan pelanggan, mengetahui informasi pelanggan, dan memberikan layanan yang terbaik. Selain itu, CRM juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar dengan cara mempromosikan produk yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggan (Rahma & Voutama, 2023). Selain itu manfaat CRM bagi pemasaran adalah Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan dan pengajuan yang mereka buat, Memantau pola penggunaan pelanggan sehingga dapat mengidentifikasi pola-pola tidak normal atau bila pelanggan mengurangi menggunakan produk yang ditawarkan, Mengurangi pengeluaran anggaran untuk iklan dan promosi, serta meningkatkan efisiensi dalam penggunaan anggaran tersebut (Naimah et al., n.d, 2024). Dengan demikian, hubungan dengan pelanggan dapat terjalin lebih baik dan peluang penjualan dapat ditingkatkan.

Untuk membangun sistem informasi penjualan dan pemasaran yang terintegrasi berbasis web dengan metode CRM, penelitian ini akan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. PHP memungkinkan website untuk berinteraksi dengan database dan menghasilkan konten dinamis, sehingga dapat menyimpan dan menampilkan data secara terstruktur dan PHP dapat digunakan untuk membuat aplikasi web yang informatif, fungsional, dan menarik, serta mendukung pengembangan website yang lebih kompleks sesuai kebutuhan pengguna (Sinlae et al., n.d. 2024). MySQL merupakan sistem manajemen database

SQL open source populer yang dikembangkan, didistribusikan, dan didukung oleh Oracle Corporation. MySQL mengelola kumpulan data terstruktur. Database MySQL membantu untuk menambah, mengakses, dan memproses data yang disimpan dalam database(Ginting et al., 2024)

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul penelitian dengan judul “RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN PEMASARAN TERINTEGRASI BERBASIS WEB DENGAN METODE CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) DALAM OPTIMALISASI LAYANAN PELANGGAN PADA USAHA SULAMAN BAYANGAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, dapat dirumuskan suatu masalah yaitu :

1. Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi penjualan dan pemasaran terintegrasi berbasis web dengan metode CRM untuk mengoptimalkan layanan pelanggan pada usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan?
2. Bagaimana penerapan metode CRM dalam sistem dapat membantu usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan mengelola data pelanggan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan?
3. Bagaimana sistem informasi terintegrasi yang dirancang dapat meningkatkan efektivitas penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran pada usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan?

1.3 Hipotesa

Hipotesa adalah dugaan sementara atau pemecahan masalah yang bersifat sementara dimana akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penulis membuat hipotesa yaitu :

1. Diharapkan dengan adanya Sistem informasi penjualan dan pemasaran terintegrasi berbasis web dengan metode CRM dapat mengoptimalkan layanan pelanggan melalui pengelolaan data dan interaksi yang lebih terstruktur pada usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan.
2. Dengan Penerapan metode CRM dapat membantu usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan mengelola data pelanggan dan meningkatkan hubungan hubungan dengan pelanggan.
3. Diharapkan dengan adanya Sistem informasi terintegrasi berbasis web dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan melalui platform digital.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, batasan masalah ditetapkan untuk menjaga fokus dan menghindari penyimpangan dari tujuan yang diharapkan, yaitu pengembangan sistem berbasis web untuk penjualan dan pemasaran sulaman bayangan milik Sulaman Bayangan. Sistem ini tidak mencakup proses produksi sulaman, dengan penerapan metode Customer Relationship Management (CRM) dengan fitur seperti pendaftaran dan pengelolaan data pelanggan, pencatatan riwayat transaksi, pemantauan status pesanan, live chat, rating dan komentar dari pelanggan setelah transaksi selesai. Penelitian ini secara spesifik hanya mencakup satu usaha sulaman bayangan saja.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang sudah dirumuskan adapun beberapa tujuan yang diterapkan dalam penelitian ini :

1. Merancang dan membangun sistem informasi penjualan dan pemasaran terintegrasi berbasis web dengan metode CRM untuk usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan.
2. Menerapkan metode CRM untuk membantu usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan dalam mengelola data pelanggan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.
3. Membangun sistem informasi terintegrasi yang dapat meningkatkan efektivitas penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran pada usaha sulaman bayangan Sulaman Bayangan

1.6 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Bagi Mahasiswa:

1. Menambah pengalaman dalam merancang dan membangun sistem informasi penjualan dan pemasaran berbasis web.
2. Memahami proses bisnis usaha tradisional dan penerapan teknologi informasi.
3. Memberikan portfolio pengembangan sistem untuk karir di bidang teknologi informasi.

B. Manfaat Bagi Universitas UPI YPTK Padang

1. Mendukung Penerapan penelitian di bidang sistem informasi
2. Menghasilkan referensi penelitian yang dapat digunakan mahasiswa lain

3. Kontribusi pada pengembangan teknologi informasi

A. Manfaat Bagi Usaha Sulaman Bayangan:

1. Memiliki sistem informasi terintegrasi yang dapat mengoptimalkan layanan pelanggan melalui pengelolaan data dan interaksi yang lebih terstruktur.
2. Meningkatkan penjualan dan hubungan dengan pelanggan melalui penerapan metode CRM
3. Memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan melalui platform digital yang terintegrasi

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

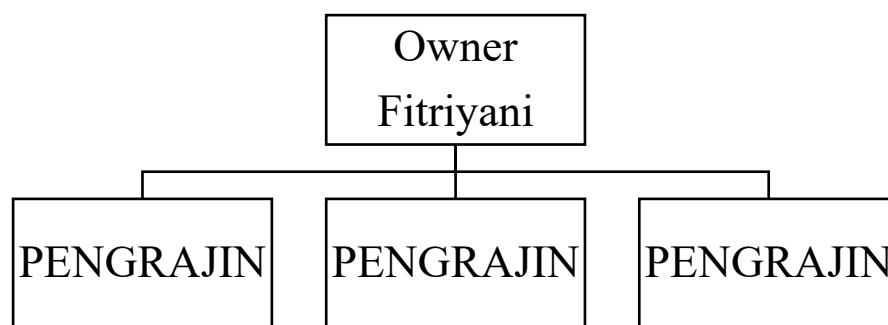
Penelitian ini akan dilakukan pada Sulaman Bayangan yang berlokasi di Barung-barung Balantai kabupaten Pesisir Selatan. Dengan menerapkan sistem informasi penjualan dan pemasaran berbasis web metode CRM (Customer Relationship Management) dalam optimalisasi layanan pelanggan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database MySQL.

1.7.1 Sejarah singkat Sulaman Gusfitri

Sulaman Bayangan Sulaman Bayangan adalah kerajinan sulaman tradisional yang berasal dari daerah Barung-Barung Balantai, Pesisir Selatan. Kerajinan ini sudah ada sejak tahun 1980-an, di masa Presiden Soeharto, dan sudah diwariskan sampai tiga generasi. Awalnya, sulaman ini dikenal dengan nama Sulaman Khalighrafi karena banyak menggunakan motif-motif kaligrafi dalam pembuatannya.

Di tahun 1990-an, generasi kedua mulai membuat perubahan dengan menciptakan motif-motif baru dan mengembangkan cara pembuatan yang lebih beragam. Kemudian pada tahun 2006 sampai sekarang, generasi ketiga mengubah namanya menjadi Sulaman Bayangan. Perubahan ini terjadi karena sulaman tidak hanya dipakai sebagai hiasan biasa, tapi juga mulai digunakan untuk pakaian dan fashion. Sulaman Bayangan ini sudah dapat hak paten dari Kabupaten Pesisir Selatan. Sulaman Bayangan juga sering dipamerkan di acara-acara besar seperti INACRAF yang diadakan dua kali setahun, pameran ISEF, dan pameran TEI.

1.7.2 Struktur Organisasi Sulaman Bayangan



Sumber :Sulaman Bayangan

Gambar 1. 1 Struktur organisasi Sulaman Gusfitr

1.7.3 Tugas dan Wewenang

A. Pemilik

Pemilik atau owner Sulaman Bayangan Sulaman Bayangan bertugas mengatur semua kegiatan usaha, mulai dari mencari pelanggan, mengatur keuangan, mengawasi kualitas sulaman, sampai menyediakan bahan-bahan yang diperlukan. Owner juga yang menentukan harga jual dan memilih pameran mana yang akan diikuti untuk promosi. Yang paling penting, owner bertanggung jawab melatih pengrajin baru dan mengembangkan motif-motif sulaman yang baru.

B. Pengrajin

Para pengrajin Sulaman Bayangan Sulaman Bayangan punya tugas utama membuat sulaman yang bagus sesuai pesanan pelanggan. Mereka harus bisa menyelesaikan pesanan tepat waktu, menjaga kualitas sulaman, merawat alat-alat dengan baik, dan menggunakan bahan dengan hemat. Pengrajin juga harus rutin melapor ke owner tentang hasil pekerjaan m