

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi tidak luput juga dari semakin canggihnya sistem informasi yang dapat disampaikannya. Perkembangan ini terjadi banyak di negara yang sudah maju maupun negara yang sudah berkembang, kecepatan pengolahan dan penyampaian informasi memiliki peran yang sangat penting di setiap perusahaan, terutama pada perusahaan-perusahaan yang memiliki rutinitas yang tinggi dan memiliki data yang harus diolah. Sistem lama yang dilakukan secara konvensional mulai ditinggalkan dan beralih ke sistem komputerisasi, yang dirasa lebih cepat dan akurat dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan.

Jika perusahaan ingin dapat berkembang maka harus mampu mengimbangnya dengan meningkatkan tenaga kerja yang berkualitas dalam bidang teknologi informasi agar dapat mempertahankan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam persaingan manajemen dan kepuasan layanan kepada pelanggan. Peralihan dari sistem manual menuju sistem informasi yang komputerisasi mulai menjadi salah satu pilihan yang memang memberikan keuntungan dari sisi efektivitas dan efisiensi dalam mengolah data menjadi sebuah informasi yang berguna. Hal tersebut menjadi sedemikian berkembang karena ditunjang dengan penyediaan komputer atau perangkat keras yang sekarang ini dapat secara mudah didapatkan.

Customer Relationship Management (CRM) berkembang karena adanya

tuntutan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. CRM (*Customer Relationship Management*) berperan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, CRM (*Customer Relationship Management*) telah mengubah cara pandang perusahaan yang semula hanya mengukur tingkat keberhasilan dari segi kuantitas. Keberhasilan perusahaan tidak hanya didapatkan dengan mempertahankan pelanggan yang ada. Penggunaan teknologi memiliki peranan dalam mengatasi tuntutan pelanggan yang semakin tinggi terhadap kualitas produk dan pelayanan. Untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, perusahaan dapat mengembangkan suatu teknologi informasi dengan pendekatan metode CRM (*Customer Relationship Management*).

Tingginya kebutuhan pelanggan akan informasi mengenai Minang Mart saat ini, seperti proses penjualan tidak didukung oleh perkembangan teknologi informasi. Dengan meningkatnya kebutuhan pelanggan, maka dibuatlah sebuah sistem CRM (*Customer Relationship Management*) yang dapat menampung semua permintaan pelanggan dan menjalin hubungan dengan pelanggan demi terciptanya sebuah loyalitas.

Oleh karena itu penulis memanfaatkan sistem informasi penjualan yang mengandalkan pemahaman terhadap pelanggan atau yang biasa dikenal dengan CRM (*Customer Relationship Management*). Tahapan CRM (*Customer Relationship Management*) telah menjadi suatu fasilitas untuk mendapatkan pengetahuan serta keseluruhan mengenai pelanggan, yang akan mempermudah perusahaan untuk memberikan service sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pelanggan. Dari latar belakang diatas maka penulis akan mengambil judul **“RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN**

MENGGUNAKAN METODE *COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* PADA MINANG MART BERBASIS WEB RESPONSIVE”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan urutan hal-hal yang menyebabkan perlunya dilakukan penelitian terhadap sesuatu masalah atau problematika yang muncul. Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan masalah yang dihadapi yaitu:

1. Bagaimana menganalisa, merancang dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM pada Minang Mart?
2. Bagaimana mampu menangani proses penjualan dengan baik dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP agar memudahkan proses transaksinya?
3. Bagaimana membangun *database* menggunakan MYSQL pada sistem informasi penjualan di Minang Mart agar data yang tersimpan lebih aman dan mudah diolah?

1.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan dugaan sementara atau pemecahan masalah yang bersifat sementara dimana akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis dapat mengemukakan hipotesa sebagai berikut:

1. Dengan adanya Perancangan sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan

database MYSQL, diharapkan dapat mempermudah dalam mengalisa dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan pada Minang Mart.

2. Dengan menerapkan perancangan sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP, diharapkan dapat membantu mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi pada Minang Mart.
3. Dengan menerapkan perancangan sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM dengan menggunakan *database* MYSQL, diharapkan dapat mempermudah dalam penyimpanan data penjualan pada Minang Mart.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian perlu diterapkan batasan-batasan terhadap sistem yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar langkah pemecahan masalah tidak menyimpang dari hasil laporan penelitian. Adapun batasan masalah penelitian diambil antara lain:

1. Sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM yang dibangun hanya menangani pembayaran secara tunai.
2. Program yang dibangun hanya memberikan bukti penjualan, laporan penjualan, laporan data dan laporan data pembeli masing – masing.
3. Sistem yang dibangun tidak membahas tentang bagaimana proses pembayaran kredit dan transfer rekening.

1.5 Tujuan

Tujuan penelitian merupakan pembahasan mengenai rumusan masalah dalam kalimat penelitian yang menunjukkan hasil-hasil yang didapatkan setelah

prosesiasi peneltian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan *database* MYSQL sehingga mempermudah dalam mengalisa dan mengimplementasian sistem informasi penjualan pada Minang Mart.
2. Merancang sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP, sehingga dapat membantu mengurangi kesalahan dalam melakukan transaksi pada Minang Mart.
3. Merancang sistem informasi penjualan menggunakan metode CRM dengan menggunakan *database* MYSQL sehingga dapat mempermudah dalam peyimpanan data penjualan pada Minang Mart.

1.6 Manfaat

Setiap penelitian tentu mengharapkan tujuan dan manfaat yang diinginkan. Berdasarkan permasalahan yang ada pada Minang Mart, maka dapat dikemukakan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Meningkatkan wawasan.ilmu pengetahuan dan keterampilan praktikan.
 - b. Melatih rasa bertanggung jawab dan disiplin dalam melakukan pekerjaan yang diamanatkan.
 - c. Dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dibangku perkuliahan.
 - d. Melatih dalam berpikir secara sistematis dan ilmiah.
 - e. Serta sebagai bahan acuan dalam pengembangan sistem selanjutnya.
2. Bagi Fakultas Ilmu Komputer

- a. Menjalin kerjasama antara instansi dengan universitas untuk menyiapkan tenaga kerja yang kompeten.
 - b. Membina hubungan baik dengan instansi atau perusahaan sehingga perguruan tinggi lebih dikenal oleh masyarakat maupun kalangan dunia usaha
 - c. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menyerap ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dan menerapkannya dalam dunia kerja
 - d. Sebagai bahan evaluasi terhadap kurikulum yang diterapkan untuk menghasilkan tenaga kerja yang terampil sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau instansi
3. Bagi perusahaan Minang Mart
- a. Membantu meringankan pekerjaan sesuai dengan waktu yang ditentukan.
 - b. Membina hubungan baik dengan pihak-pihak terkait.
 - c. Menjadi saran dalam memberikan kriteria tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan atau instansi terkait.
 - d. Ikut berpartisipasi dalam mempersiapkan calon tenaga kerja yang terampil dan berkualitas, khususnya di bidang sistem informasi.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

Minang Mart merupakan sebuah perusahaan milik perseorangan yang bergerak pada bidang penjualan kebutuhan rumah tangga sehari-hari yang beragam macam. Minang Mart terdapat di Simpang Mandiangin, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat.

1.7.1 Sejarah Minang Mart

Minang Mart adalah Mini Market yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari yang beralamat di Simpang Mandiingin, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat.. Minang Mart ini berdiri pada tahun 2020. Dulu mini market ini ini bukan mini market yang sekarang, melainkan warung grosir biasa. Warung grosir itu tidak bertahan lama karena sepi pembeli. Pada tahun 2020 warung grosir ini tersebut ditukar menjadi Mini Market. Mini Market ini menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan rumah tangga, makanan, minuman dan kebutuhan lainnya.

Pada awal berdiri nya Mini Market ini dikerjakan oleh pemilik bersama istrinya tanpa ada karyawan dari luar, stok barang pun masih sedikit. Setelah penjualan berjalan dengan baik dan makin banyak barulah pemilik membuka lowongan pekerjaan, untuk bisa bekerja di Mini Marketnya.

1.7.2 Visi, Misi dan Tujuan Minang Mart

Visi adalah gambaran atau pandangan jangka panjang tentang apa yang ingin dicapai oleh individu, organisasi, atau perusahaan di masa depan. Visi sering kali mencerminkan nilai-nilai, tujuan, dan aspirasi yang ingin diwujudkan. Dalam konteks bisnis, visi membantu memberikan arah dan fokus bagi strategi dan keputusan yang diambil, serta menginspirasi karyawan dan pemangku kepentingan lainnya untuk bekerja menuju tujuan yang sama. Visi yang baik biasanya jelas, inspiratif, dan mudah dipahami. Adapun visi dari Minang Mart sebagai berikut:

1. Visi

- a. Memberikan kenyamanan pada setiap konsumen

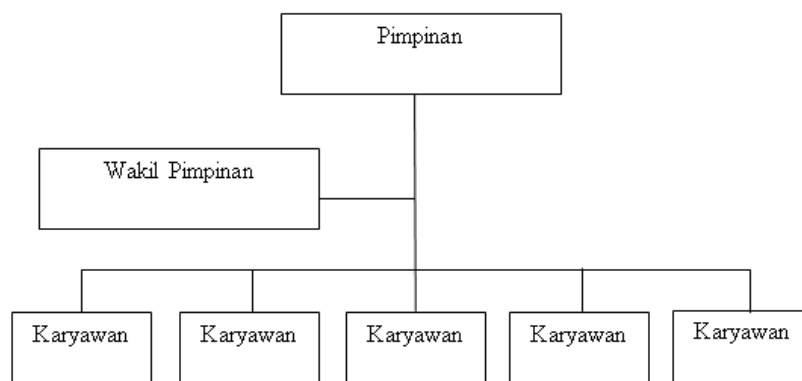
Misi adalah pernyataan yang menjelaskan tujuan utama organisasi, termasuk apa yang dilakukan, untuk siapa, dan bagaimana cara melakukannya. Misi lebih fokus pada aktivitas saat ini dan cara organisasi beroperasi. Adapun misi yang diterapkan Minang Mart sebagai berikut:

1. Misi

- a. Meningkatkan kualitas dan mutu produk usaha.
- b. Meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan konsumen.
- c. Menjalinkan kerja sama yang baik dengan berbagai pihak terkait.
- d. Meningkatkan daya saing dalam usaha.

1.7.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran formal organisasi yang menunjukkan adanya pemisahan fungsi, uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang disusun untuk membantu pencapaian hasil usaha perusahaan serta pengendaliannya secara efektif. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi yang ada pada Minang Mart Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1. Struktur Organisasi Minang Mart Kota Bukittinggi, Sumatera Barat

(Sumber: Minang Mart Kota Bukittinggi, Sumatera Barat)

1.7.4 Tugas dan Wewenang

Berdasarkan Gambar 1.1 struktur organisasi pada Minang Mart Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat dapat diuraikan tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan setiap unit kerja yaitu:

1. Pimpinan
 - a. Sebagai pemilik dan pemimpin Minang Mart
 - b. Mengambil alih dan menetapkan sebuah keputusan Minang Mart
 - c. Menjalin kerja sama dengan pihak lain
 - d. Memotivasi bawahan terhadap pekerjaan yang diberikan
2. Wakil pemimpin
 - a. Mewakili pimpinan jika berhalangan
 - b. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas yang telah direncanakan dan melaporkan kepada pimpinan
 - c. Membantu pimpinan dalam pengambilan keputusan
3. Karyawan
 - a. Bekerja sesuai arahan pimpinan atau/dan wakil pimpinan