

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam sektor perdagangan. *E-commerce* atau perdagangan elektronik telah menjadi solusi yang sangat efektif untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas transaksi jual-beli. *E-commerce* memberikan solusi bagi banyak bisnis untuk memperluas jangkauan pasar serta mempermudah proses transaksi dan interaksi dengan pelanggan. Perkembangan industri di Indonesia yang merupakan negara berkembang saat ini sedang tumbuh dan berkembang dengan pesat. Industri kecil sangat membutuhkan media untuk mempublikasikan produk-produk yang dihasilkan salah satunya adalah melalui media internet (Widiana et al., 2022).

Penjualan barang yang masih bergantung pada toko fisik cenderung kurang efisien dibandingkan dengan toko online, karena keterbatasan dalam jangkauan pasar, waktu operasional, dan kecepatan dalam mengelola inventaris, yang dapat menghambat pertumbuhan dan aksesibilitas bagi konsumen yang semakin memilih kenyamanan belanja melalui platform digital (Fathi Farahat et al., 2022).

M-Commerce merupakan bentuk ekspansi dan pengembangan dari *E-Commerce* ke ranah *mobile*, yang mana memiliki proses bisnis, teknologi-teknologi terbaru, dan layanan (*service*) di dalamnya (Niza et al., 2019).

Penerapan *e-commerce* menjadi faktor penting keberhasilan suatu barang atau produk dari sebuah perusahaan untuk mempercepat dan meningkatkan daya penjualan pada masa perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dapat memanfaatkan layanan tersebut secara online. Adanya layanan ini, pelanggan dapat

mengakses dan melakukan transaksi pemesanan dari berbagai wilayah hanya dengan menggunakan smartphone, notebook/laptop, dan lainnya (Bidadari & Hamidy, 2023).

Berdasarkan penelitian (Kholiq, 2024) dengan Judul “ Implementasi Sistem Informasi *E-Commerce* Berbasis Website Dengan Metode Crm”. Toko Material Pilar Mas mengalami kesulitan dalam manajemen data pelanggan dan proses penjualan yang masih konvensional. Penelitian membahas solusi dengan membangun sistem e-commerce menggunakan metode waterfall dan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mengelola data pelanggan secara efektif. Hasil dari penelitian ini adalah terciptanya sistem e-commerce yang memiliki fitur pengelolaan data master, transaksi, dan laporan penjualan. Kesimpulannya, sistem ini membantu toko meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan konsumen.

Berdasarkan penelitian dengan judul (Hutahaeen et al., 2024) dengan judul “Strategi Optimalisasi Pelayanan Pelanggan Menggunakan Platform E-CRM”. Penelitian ini membahas permasalahan yang dihadapi Toko Jubni Jilbab terkait bagaimana meningkatkan pengalaman pelayanan pelanggan secara efektif di era digital. Fokus pembahasan adalah penerapan E-CRM (*Electronic Customer Relationship Management*) sebagai solusi untuk memperbaiki kualitas interaksi antara toko dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan E-CRM secara signifikan meningkatkan efisiensi pengelolaan hubungan pelanggan dan mempermudah interaksi melalui platform online. Kesimpulannya, E-CRM mampu meningkatkan kenyamanan berbelanja pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang di Toko Jubni Jilbab.

Selanjutnya berdasarkan penelitian (Asrul et al., 2023) dengan judul “Perancangan Sistem *E-Commerce* Menggunakan Metode *Customer Relationship Management*”. Penelitian ini membahas permasalahan para penjual yang masih menggunakan cara tradisional dalam pemasaran, sehingga belum mampu menjangkau pasar secara luas dan efisien. Tujuan penelitian ini adalah merancang aplikasi *e-commerce* untuk mempermudah penjualan dan meningkatkan omzet melalui promosi digital. Penelitian menggunakan metode waterfall dalam pengembangan sistem dan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM), dengan pemodelan UML, bahasa pemrograman PHP, dan database MySQL. Hasil pengujian menggunakan kuesioner menunjukkan bahwa aplikasi yang dibangun berhasil dan layak digunakan. Kesimpulannya, *e-commerce* yang dirancang mampu meningkatkan efektivitas penjualan dan memenuhi kebutuhan pengguna.

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penulis mengusung konsep *E-Commerce* berbasis website dengan tujuan untuk membantu Toko Guzzel Hijab dalam meningkatkan profil dan citra profesionalnya. Melalui website ini, diharapkan Toko Guzzel Hijab dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat untuk membeli produk maupun menggunakan layanan yang ditawarkan. Sebuah website dapat menjadi representasi profesionalisme sebuah perusahaan, sekaligus mendukung upaya promosi dan pengelolaan produk secara lebih efektif. Toko Guzzel Hijab sendiri merupakan usaha yang menjual berbagai jenis hijab wanita, dengan produk andalannya berupa hijab wanita. Toko ini didirikan pada tahun 2023 dan terus berkembang hingga saat ini. Analisis permasalahan yang dapat disimpulkan dari hasil penelitian pada Toko Guzzel Hijab bahwa usaha ini masih menggunakan sistem masukan data yang masih sederhana atau manual, kurangnya

efisiensi waktu dalam pengerjaan laporan dan melakukan promosi dikarenakan lamanya pencarian data di dalam arsip atau buku catatan, kesalahan data dalam perhitungan dan pembuatan nota membuat kurang efektifnya proses transaksi karena semua dibuat dengan manual, dan data laporan dari segi informasi yang disajikan kurang lengkap.

Penyelesaian masalah yang peneliti usulkan dengan menambah sistem aplikasi yang mudah dimengerti dan dioperasikan oleh administrasi, yaitu merancang sistem aplikasi penjualan yang mendukung proses promosi dalam penjualan hijab proses penjualan dapat dilakukan dengan cepat dan akurat, membuat database yang sistematis sehingga memudahkan dalam pencarian data yang dibutuhkan dalam pembuatan laporan.

Dengan adanya penerapan *e-commerce* ini diharapkan adanya peningkatan penjualan secara signifikan melalui akses pasar yang lebih luas, kemudahan dalam transaksi bagi pelanggan. Dari latar belakang di atas penulis mengangkat judul: **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI *E-COMMERCE* UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN HIJAB PADA TOKO GUZZEL HIJAB MENGGUNAKAN METODE CRM”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah penelitian pada Toko Guzzel Hijab sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sistem *e-commerce* yang terintegrasi dengan metode *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Toko Guzzel Hijab?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Toko Guzzel Hijab dalam melakukan penjualan secara konvensional maupun digital saat ini?

3. Bagaimana sistem informasi *e-commerce* dapat membantu dalam meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan hijab?

1.3 Hipotesa

Hipotesa adalah pernyataan sementara yang diajukan untuk menjelaskan suatu fenomena atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Hipotesis merupakan dugaan awal atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang akan dibuktikan kebenarannya melalui proses penelitian. Maka, hipotesis dari permasalahan di atas adalah:

1. Penerapan sistem *e-commerce* berbasis CRM dapat meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
2. Sistem informasi yang terstruktur dan berbasis digital dapat memperluas jangkauan pasar Toko Guzzel Hijab.
3. Penggunaan metode CRM dalam *e-commerce* dapat meningkatkan volume penjualan dan loyalitas pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk memperjelas ruang lingkup agar fokus dan tidak meluas. Penelitian ini dibatasi pada perancangan dan pengembangan sistem informasi *e-commerce* berbasis web untuk Toko Guzzel Hijab, dengan fokus utama pada peningkatan penjualan produk hijab. Sistem yang dirancang hanya mencakup fitur-fitur utama seperti katalog produk, keranjang belanja, manajemen pesanan, dan pengelolaan data pelanggan dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian ini tidak mencakup pengembangan aplikasi mobile, integrasi dengan marketplace eksternal seperti Shopee atau Tokopedia, serta sistem pembayaran otomatis melalui payment

gateway, melainkan hanya menyediakan metode pembayaran manual seperti transfer bank.

1.5 Tujuan Penelitian

Agar sistem yang dirancang dapat berjalan optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan dalam proses pengembangan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membangun sistem informasi *e-commerce* berbasis CRM untuk Toko Guzzel Hijab.
2. Meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan hijab melalui platform digital.
3. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui pendekatan manajemen hubungan pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori, model, atau pendekatan baru yang relevan dengan topik yang diteliti diharapkan penelitian ini dapat memberikan dampak positif baik dalam penelitian lebih lanjut di masa mendatang. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Penulis:
 - a. Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam merancang serta mengembangkan sistem informasi *e-commerce* berbasis CRM.
 - b. Melatih kemampuan analisis dalam mengidentifikasi kebutuhan sistem dan menyelesaikan permasalahan nyata di dunia bisnis.
 - c. Menjadi sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi ke dalam proyek nyata

2. Objek Penelitian (Toko Guzzel Hijab):

- a. Mendapatkan solusi teknologi berupa sistem *e-commerce* yang dapat meningkatkan efektivitas penjualan dan hubungan dengan pelanggan.
- b. Mempermudah proses transaksi dan pengelolaan data pelanggan secara lebih terstruktur dan efisien.
- c. Meningkatkan daya saing toko di pasar digital melalui pendekatan CRM yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Customer (Pelanggan):

- a. Memudahkan pelanggan dalam mengakses dan membeli produk hijab secara online dengan proses yang cepat dan praktis.
- b. Memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal melalui fitur-fitur CRM seperti notifikasi promo, riwayat pembelian, dan rekomendasi produk.
- c. Meningkatkan kepuasan pelanggan karena kemudahan layanan, respon yang lebih cepat, dan komunikasi yang terkelola dengan baik.

4. Institusi (Perguruan Tinggi):

- a. Menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata mahasiswa dalam memecahkan permasalahan di dunia usaha melalui karya ilmiah.
- b. Menambah referensi dan dokumentasi penelitian yang berkaitan dengan pengembangan sistem informasi *e-commerce*.
- c. Memperkuat kerja sama antara institusi pendidikan dan pelaku usaha dalam mengembangkan solusi berbasis teknologi informasi.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tinjauan umum perusahaan adalah telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh inovasi, keberlanjutan, dan fokus pada kepuasan dalam

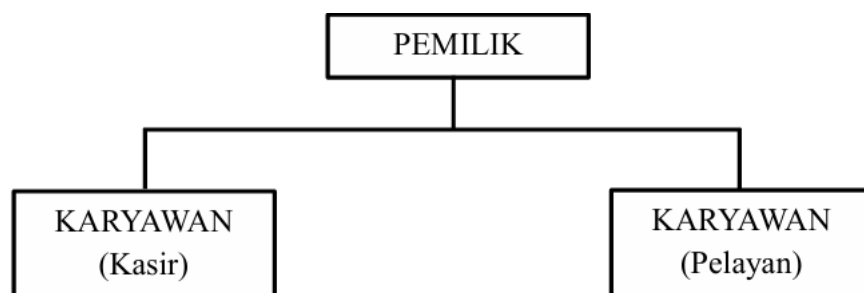
Toko Guzzel Hijab yang berhubungan dengan apa yang ada di objek penelitian secara umum.

1.7.1 Sejarah Toko Guzzel Hijab

Toko Guzzel Hijab adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam perlengkapan hijab salah satu produk yang paling banyaknya adalah hijab wanita. Toko ini didirikan pada tahun 2023 hingga sampai sekarang dimana toko Guzzel Hijab ini merupakan salah satu usaha yang menjual berbagai macam hijab wanita.

1.7.2 Struktur Organisasi Guzzel Hijab

Struktur organisasi pada Toko Guzzel Hijab serta uraian tugas dari masing-masing jabatan dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Guzzel Hijab
(Sumber : Pimpinan Toko Guzzel Hijab)

1.7.3 Tugas dan Wewenang

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diuraikan tugas dan tanggung jawab atau deskripsi jabatan yang ada pada struktur organisasi Toko Guzzel Hijab sebagai berikut:

1. Pemilik

Bertugas mengawasi semua kegiatan di lingkungan Toko Guzzel Hijab Memberikan Arahan pekerjaan, serta memberikan perlindungan, baik secara hukum maupun secara teknik.

2. Karyawan (Kasir)

- a. Memindai barang.
- b. Menerima kas dan mengembalikan uang kembalian.
- c. Mengeluarkan bukti transaksi atau pembelian.

3. Karyawan (Pelayan)

- a. Menyambut dan Melayani Pelanggan dengan Ramah.
- b. Mencatat dan Menyampaikan Pesanan.
- c. Membantu Proses Pembayaran.