BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Digitalisasi memberikan sejumlah keuntungan penting bagi dunia bisnis dan perdagangan, termasuk peningkatan efisiensi operasional, akses yang lebih luas ke pasar, inovasi dalam model bisnis, peningkatan pengalaman pelanggan, serta kolaborasi yang lebih efektif antara berbagai pihak (Ariq et al., 2023). Dalam konteks ini, perkembangan pesat dalam teknologi informasi serta komunikasi mengharuskan setiap aspek kehidupan untuk beradaptasi. Salah satu bidang yang terdampak adalah dunia usaha, di mana pemanfaatan teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi di berbagai sektor (Lubis et al., 2023). Bisnis kini beralih dari model tradisional ke otomatisasi, memungkinkan transaksi selesai dengan cepat dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis. Meski mendorong pertumbuhan ekonomi, perubahan ini juga menghadirkan tantangan, seperti persaingan ketat, pergeseran peran konvensional, dan kebutuhan regulasi baru (Hutahaean & Utama, 2024).

Disamping itu, meskipun digitalisasi menawarkan berbagai keuntungan yang dapat mendukung sebuah bisnis untuk lebih maju dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, terdapat sejumlah dampak negatif yang harus diperhatikan, seperti risiko terhadap keamanan serta privasi, ketergantungan pada teknologi, kesenjangan digital yang menciptakan ketimpangan dalam akses, hilangnya lapangan kerja tradisional, serta meningkatnya persaingan. Dalam konteks digitalisasi, penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko

yang muncul, serta memastikan perlindungan yang memadai terhadap data pribadi dan privasi (Ariq et al., 2023). Namun, di tengah tantangan ini, perubahan dalam pola pembelian konsumen di Indonesia juga memberikan peluang yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Sasabone et al. (2023) menunjukkan bahwa perubahan dalam pola pembelian konsumen di Indonesia sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya popularitas perdagangan digital dan perbaikan dalam pengalaman transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun digitalisasi menghadirkan risiko tertentu seperti keamanan data dan kesenjangan digital, penerapannya juga memberikan peluang signifikan bagi perusahaan, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif (Juwita & Handayani, 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja yang luas dan menyediakan layanan ekonomi bagi masyarakat. Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan membantu menjaga stabilitas nasional (Purwanti et al., 2023). Saat ini, UMKM mendominasi perekonomian Indonesia, dengan kontribusi mencapai 99% dari total unit usaha di negara ini. Pada tahun 2023, jumlah pelaku UMKM diperkirakan mencapai sekitar 66 juta. Peran mereka dalam perekonomian juga semakin signifikan, menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) atau setara dengan Rp9.580 triliun. Lebih lanjut, sektor UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang sangat besar, yaitu sekitar 117 juta pekerja, yang merupakan 97% dari total tenaga kerja nasional (Kamar Dagang dan Industri Indonesia, 2024). Dengan besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian, pemerintah dan berbagai pihak terkait

terus berupaya mendorong sektor ini agar dapat tumbuh lebih pesat dan berkontribusi lebih besar lagi. Peningkatan daya saing UMKM serta upaya menaikkan kelas UMKM diharapkan dapat mendorong lebih banyak penciptaan lapangan kerja serta memperkuat ekonomi nasional secara keseluruhan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2023). Meskipun demikian, pencapaian tersebut disertai dengan tantangan yang perlu diatasi bersama-sama oleh semua pemangku kepentingan, terutama dalam aspek inovasi dan teknologi, serta pengembangan literasi digital yang menjadi kunci untuk mendorong kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Kamar Dagang dan Industri Indonesia, 2024). Dalam menghadapi tantangan ini, manajemen kualitas pelayanan kepada pelanggan sangat krusial. Pengelolaan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan organisasi (Ulfah et al., 2023).

Salah satu solusi untuk mengatasi tantangan tersebut adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi melalui Sistem Informasi, yang kini mendukung hampir semua aspek pekerjaan manusia. Sistem Informasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi kerja dengan mempermudah pengolahan data di dalam organisasi, institusi, atau perusahaan. Pemrosesan data yang efektif ini mendukung pengambilan keputusan secara lebih baik di dalam organisasi (Melyani et al., 2023). Sebagai bagian dari pemanfaatan teknologi, *Customer Relationship Management* (*CRM*) di Toko Katahati Motor dirancang secara terstruktur untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada pengelolaan data pelanggan, tetapi juga mengembangkan strategi bisnis yang lebih berorientasi pada kebutuhan pelanggan

(Mahendra et al., 2022). *Customer relationship management* adalah metode yang digunakan untuk mengatur hubungan dengan pelanggan, bertujuan untuk menumbuhkan ikatan serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Siswati et al., 2024). Implementasi *CRM* ini terbukti mampu meningkatkan kualitas layanan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada kepuasan pelanggan (A. L. Putri et al., 2023).

Toko Katahati Motor adalah unit usaha di bidang penjualan sparepart dan retail, serta menyediakan jasa servis mobil. Berlokasi di Jalan Jhoni Anwar No. 154, Padang, toko ini menghadapi tantangan operasional yang signifikan, terutama dalam sistem penjualan yang masih manual. Proses ini tidak hanya mengakibatkan keterlambatan pencatatan dan laporan, tetapi juga meningkatkan risiko kesalahan yang dapat merugikan usaha secara finansial. Selain itu, manajemen pelanggan juga belum optimal menyebabkan pemberian *reward* kepada pelanggan setia sulit dilakukan secara tepat dan konsisten. Tanpa sistem yang efektif untuk melacak interaksi pelanggan dan menganalisis kebiasaan belanja mereka, toko berpotensi kehilangan peluang besar untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Ketidakakuratan dalam pencatatan data penjualan serta layanan yang kurang personal dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat beralih ke pesaing lain. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengumpulkan data melalui wawancara dengan pelanggan dan pemilik Toko Katahati Motor, serta menggunakan sumber dari internet dan jurnal yang relevan. Dengan cara ini, penulis berharap dapat memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi terbaik untuk meningkatkan manajemen dan penjualan.

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan merancang sistem informasi

berbasis web yang dapat meningkatkan manajemen pelanggan dan penjualan di Toko Katahati Motor, dengan harapan bisnis menjadi lebih efisien, responsif, dan kompetitif di era digital yang terus berkembang. Judul penelitian ini adalah **"RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB UNTUK MANAJEMEN PELANGGAN DAN PENJUALAN DENGAN IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) MENGGUNAKAN PHP DAN MYSQL DI TOKO KATAHATI MOTOR"**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan tantangan yang telah dijelaskan pada latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan pertanyaan-pertanyaan mendasar guna menemukan solusi yang tepat. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan sistem informasi berbasis *web* dapat membantu Toko Katahati Motor untuk meningkatkan manajemen pelanggan dan penjualan secara lebih efisien?
2. Bagaimana sistem *CRM* yang diimplementasikan dapat mempermudah pemberian *reward* kepada pelanggan setia dan meningkatkan loyalitas pelanggan di Toko Katahati Motor?
3. Bagaimana penggunaan bahasa pemrograman *PHP* dan *database MySQL* dalam pengembangan sistem dapat mendukung manajemen pelanggan serta penjualan di Toko Katahati Motor agar lebih cepat dan akurat?

1.3. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Dengan merancang sistem informasi berbasis *web*, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi manajemen pelanggan dan penjualan di Toko Katahati Motor.
2. Implementasi sistem *CRM* di Toko Katahati Motor diharapkan mempermudah pemberian *reward* kepada pelanggan setia, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Penggunaan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* dalam pengembangan sistem diharapkan dapat mendukung kecepatan dan akurasi dalam manajemen pelanggan dan penjualan di Toko Katahati Motor.

1.4. Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada pengembangan sistem informasi manajemen pelanggan dan penjualan berbasis *web* di Toko Katahati Motor, menggunakan *PHP*, *MySQL*, *HTML*, *CSS*, dan *JavaScript*. Sistem ini mendukung manajemen pelanggan dan penjualan tanpa mencakup teknologi lain serta tidak melibatkan pengelolaan keuangan, persediaan, maupun proses retur penjualan dan pembelian barang. Laporan difokuskan pada kebutuhan dasar seperti stok barang, pembelian, penjualan, dan poin pelanggan, tanpa mencakup laporan detail keuangan kompleks seperti neraca atau laba-rugi. Dari sisi *Customer Relationship Management* (*CRM*), pengembangan sistem ini hanya mencakup fitur dasar seperti penerapan poin

pelanggan untuk meningkatkan loyalitas, kotak saran untuk menerima masukan, riwayat transaksi guna mempermudah akses informasi pembelian sebelumnya, dan fitur *feedback* agar pelanggan dapat memberikan penilaian pada setiap transaksi yang selesai. Fitur-fitur seperti retur barang, sistem notifikasi otomatis untuk stok rendah, dan pengelolaan layanan pembayaran online tidak termasuk dalam pengembangan ini. Analisis pengalaman pengguna dibatasi pada interaksi staf penjualan dan manajemen, tanpa melibatkan pelanggan secara langsung. Selain itu, sistem hanya memfasilitasi pelanggan terdaftar untuk akses fitur interaktif seperti kotak saran, riwayat transaksi, dan *feedback*, tanpa mencakup integrasi *API* eksternal atau layanan berbasis mobile.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengembangkan solusi yang dapat menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi, serta memberikan kontribusi nyata dalam bidang yang diteliti. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang sistem informasi berbasis web untuk manajemen pelanggan dan penjualan di Toko Katahati Motor.
2. Mengimplementasikan sistem *CRM* guna meningkatkan layanan pelanggan di Toko Katahati Motor.
3. Mempermudah pencatatan penjualan dan pengelolaan data pelanggan secara efisien.
4. Menyediakan informasi penjualan dan transaksi yang jelas untuk mendukung program *reward* pelanggan setia.

5. Meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan melalui sistem pemberian *reward* yang tepat.
6. Memberikan informasi stok dan penjualan secara *real-time* guna mendukung keputusan bisnis di Toko Katahati Motor.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti tidak hanya bagi pengembangan pengetahuan, tetapi juga bagi praktisi di lapangan serta institusi akademik. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
    a. Memperdalam pemahaman tentang pengembangan sistem informasi berbasis web dengan mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan pada studi kasus nyata.
    b. Meningkatkan kemampuan dalam merancang dan mengimplementasikan sistem *Customer Relationship Management* (*CRM*) yang dapat memberikan solusi nyata bagi masalah manajemen pelanggan.
    c. Menambah pengalaman praktis dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Toko Katahati Motor, serta memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan layanan di lingkungan masyarakat.
2. Bagi Instansi (Toko Katahati Motor)
    a. Meningkatkan efisiensi manajemen pelanggan dan penjualan melalui sistem yang lebih terstruktur.

b. Memudahkan pencatatan penjualan dan pengelolaan data pelanggan secara lebih cepat dan akurat.

c. Memberikan solusi dalam pemberian *reward* kepada pelanggan untuk meningkatkan loyalitas.

3. Bagi Kampus

a. Menambah referensi akademik terkait pengembangan sistem informasi berbasis *web* dan *CRM*.

b. Menjadi contoh studi kasus yang relevan untuk penelitian-penelitian serupa di bidang teknologi informasi.

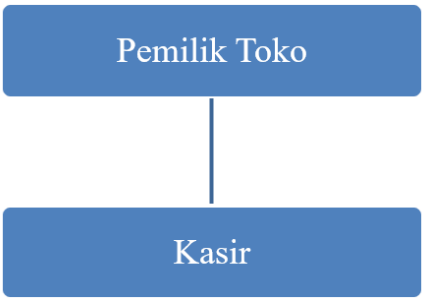
c. Meningkatkan kualitas penelitian yang dihasilkan oleh mahasiswa di bidang sistem informasi.

1.7. Tinjauan Umum

Tinjauan umum mengenai Toko Katahati Motor ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang perusahaan. Hal ini mencakup informasi mengenai struktur organisasi serta peran dan tanggung jawab yang ada di dalam Toko Katahati Motor.

1.7.1. Struktur Organisasi Toko Katahati Motor

Struktur organisasi memainkan peran penting dalam mengatur dan mengelola kegiatan di Toko Katahati Motor. Dengan mendefinisikan hierarki dan pembagian tugas, struktur ini memungkinkan toko untuk beroperasi secara efisien dan mencapai tujuannya dengan lebih terarah.



Sumber : Toko Katahati Motor

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Toko Katahati Motor

1.7.2. Tugas dan Wewenang

Berdasarkan Gambar 1.1, berikut adalah penjelasan mengenai tugas dan wewenang dari setiap bagian yang ada di Toko Katahati Motor:

1. Pemilik Toko

   Pemilik toko bertanggung jawab untuk mengelola dan mengarahkan Toko Katahati Motor. Tugas dari pemilik toko yaitu:

   a. Mengambil keputusan strategis untuk arah dan tujuan bisnis.
   b. Mengelola keuangan termasuk anggaran dan evaluasi kinerja.
   c. Mengawasi operasional agar berjalan sesuai standar.
   d. Menjalin hubungan dengan pemasok untuk ketersediaan barang.

2. Kasir

   Kasir berperan dalam pelayanan pelanggan di Toko Katahati Motor. Tugas dari kasir yaitu:

   a. Mengelola transaksi penjualan dan penerimaan pembayaran.
   b. Mencatat dan melaporkan transaksi penjualan harian.
   c. Memberikan pelayanan ramah kepada pelanggan dan menangani keluhan serta menjaga kebersihan di sekitar area kasir.
   d. Membantu pemantauan dan pencatatan stok barang.