

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada masa era yang maju saat ini para profesional bisnis, wirausaha, dan industri lainnya memantau dengan cermat kemajuan teknologi. Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis. Teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi alat yang sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing. Loyalitas klien atau loyalitas pelanggan merupakan aspek penting dalam bisnis dan dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang panjang (Manurung et al., 2024).

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangatlah pesat dan cepat termasuk di Indonesia sendiri. Sistem dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal. Teknologi informasi ini sudah banyak digunakan untuk memproses, mengelola data, menganalisis data untuk menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas dan akurat. Teknologi informasi sudah banyak digunakan dilembaga pemerintahan atau pun perusahaan swasta dan institusi lainnya. Perkembangan teknologi informasi telah membuka babak baru dilingkungan masyarakat, termasuk didunia bisnis, sekarang ini para *entrepreneur* memanfaatkan teknologi informasi ini untuk perkembangan bisnisnya itu sendiri (Ahadiyah & Farhatun, 2024).

Teknologi informasi saat ini bergerak cepat dan berkembang dengan pesat. Sekian banyak teknologi informasi yang ada, salah satu yang sangat berkembang

dan selalu dipakai oleh masyarakat diseluruh dunia adalah aplikasi yang dapat diakses melalui jaringan internet yang disajikan dengan berbagai variasi, dan tampilan user yang memberikan banyak manfaat. Sehingga membuat minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi sendiri semakin meningkat. Semakin berkembangnya teknologi informasi sudah banyak dibutuhkan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga hubungan jasa agar semakin berkembang(Purba & Amrizal, 2023).

Melihat kondisi yang ada pada saat ini perkembangan teknologi informasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan segala keinginan manusia. Persaingan bisnis yang begitu ketat akan membuat para pebisnis berupaya untuk meningkatkan potensi kemampuan dan keunggulan, agar dapat mengembangkan kemampuan dan ketertarikan dalam meningkatkan pemasaran produk yang dipasarkan agar lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola toko sehingga akan memperoleh banyak manfaat dan keuntungan yang lebih baik dengan adanya pemanfaatan dari media teknologi(Putri Nabillah Yusri Sirait et al., 2023).

Meningkatkan pelayanan kepada konsumen suatu bidang usaha penjualan harus inovatif dan selalu memberikan yang terbaik bagi konsumen. Inovatif dalam arti harus menjual segala produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen disamping itu barang-barang yang ditawarkan mengikuti perkembangan, kemudian selalu memberikan yang terbaik berarti memberikan banyak alternatif barang, dan kemudahan dalam berinteraksi. Bidang usaha harus dapat mengenalkan diri dan produk-produk yang mereka jual sehingga konsumen yang belum tahu akan

mengenalnya, yang sudah mengetahui akan semakin percaya. Sehingga akan mudah mendapatkan perhatian masyarakat(Pokhrel, 2024).

Manajemen hubungan pelanggan atau CRM adalah hal terpenting dalam perusahaan yang berarti CRM adalah proses untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan untuk mengetahui kepuasan pelanggan. Pengembangan CRM dapat dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu analisis, perancangan, implementasi dan pemeliharaan dengan SDLC (*System Development Life Cycle*). Teknologi yang digunakan adalah pemrograman atau (PHP) merupakan adaptasi CRM terhadap lingkungan yang menggunakan jaringan untuk membangun dan memelihara hubungan pelanggan dan layanan untuk pelanggan(Berly et al., 2024). Perlunya penerapan CRM, yang dimana merupakan strategi bisnis yang memadukan proses dan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan, mengonvensi target pemasaran menjadi pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan pelanggan yang puas dan loyal(Ribka et al., 2023). *Customer Relationship Management* adalah suatu proses yang bertujuan untuk memperoleh, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan akhirnya adalah menciptakan nilai bagi pelanggan, memastikan kepuasan mereka, dan secara bersamaan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan (N.Indasari et al., 2023).

Customer Management Relationship dapat membantu kita untuk mengetahui kira- kira pelanggan kita siapa saja dan dari data tersebut kita dapat memaksimalkan upaya pemasaran untuk menjaring pelanggan baru juga meningkatkan loyalitas pelanggan yang setia dengan kita (Y.S Hardiana & T.D Pramono, 2022). Penggunaan CRM ini dipilih karena selain dapat meningkatkan pelayanan, CRM

juga dapat memperbaiki dan mengelola pelayanan sesuai dengan harapan dan loyalitas pelanggan. Strategi manajemen hubungan pelanggan yang dilakukan mampu membentuk tingkat loyalitas pelanggan yang merasa puas dengan kinerja perusahaan(Hardiana & Pramono, 2022).

Pelanggan secara umum, menginginkan layanan yang berkualitas tinggi, serta transaksi dan produk yang sesuai dengan harapan mereka. CRM merujuk pada perangkat lunak sistem yang membantu perusahaan memperoleh dan menyimpan data pelanggannya serta menjalin hubungan dua arah. Sistem ini memungkinkan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan menganalisis informasi pelanggan secara terpusat dan terstruktur. Data yang terpusat, DMPH dapat memahami preferensi dan perilaku pelanggan dengan lebih baik, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif. Sistem CRM juga membantu dalam mengotomatisasi berbagai proses bisnis, seperti penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Pemasaran bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan(Cahyono & Susanto, 2024).

Toko Baju Cece Collection, yang berlokasi di Jl. Purus II, Taplau, Kota Padang, Sumatera Barat, merupakan usaha ritel yang menyediakan berbagai produk pakaian berkualitas dengan desain yang mengikuti tren terkini. Perkembangan industri fashion di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang pesat, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap mode dan gaya hidup. Pertumbuhan ini juga sering memunculkan sebuah tantangan yang

signifikan, terutama dalam hal persaingan yang semakin ketat antara berbagai merek dan toko pakaian pada pebisnis lainnya.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah sebuah bisnis secara signifikan, terutama di sektor ritel. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Permasalahan yang dihadapi Toko Baju Cece Collection, masih mengandalkan cara manual dalam mengelola data pelanggan, seperti menggunakan buku catatan yang rentan terhadap kesalahan dan kesulitan dalam mengakses data secara cepat. Tanpa adanya sistem yang terintegrasi, informasi mengenai pelanggan, seperti riwayat pembelian, preferensi, sulit untuk dipantau dan dianalisis secara efektif. Hal ini menghambat upaya toko untuk memberikan pelayanan yang personal dan tepat sasaran.

Toko Baju Cece Collection dalam mengatasi tantangan ini mereka menggunakan sistem penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* sehingga menjadi sangat penting. CRM adalah pendekatan strategis yang berfokus pada pengelolaan interaksi dengan pelanggan, bertujuan untuk meningkatkan hubungan dan kepuasan pelanggan. Penggunaan sistem CRM, Toko Baju Cece Collection dapat Menyediakan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan yang lebih baik. Merealisasikan tujuan tersebut, diperlukan perancangan sistem informasi pemasaran yang berbasis CRM. Sistem ini akan dibangun menggunakan Bahasa pemrograman PHP dan Database MySQL, yang memungkinkan pengelolaan data secara efisien dan efektif.

Pada penelitian terdahulu yang berjudul “Penerapan CRM Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan”. Peneliti memperoleh penerapan

CRM efektif dalam mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Membantu mengelola hubungan baik dengan pelanggan dan memfasilitasi pemasaran yang lebih efektif (A.Maulidia & F.Dristyan, 2024). Memanfaatkan teknologi informasi yang memungkinkan orang menggunakan teknologi untuk memfasilitasi pengumpulan informasi yang cepat dan akurat untuk berbagai pekerjaan merupakan upaya untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Salah satunya bekerja di industri perdagangan, ini telah menjadi metode yang populer untuk menjangkau basis klien yang besar untuk pemasaran produk. Menghasilkan uang dari waktu ke waktu adalah tujuan utama bisnis. Pebisnis secara langsung harus meningkatkan *Customer Relationship Management (CRM)*. Perusahaan memilih untuk mengabaikan masalah pelanggan yang tidak terdokumentasi dengan baik, yang menurunkan standar layanan. Memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan, bisnis harus mampu memahami jenis layanan berkualitas yang mereka inginkan. Menyediakan sebuah layanan, bisnis harus berinovasi untuk meningkatkan standar layanan pelanggan, yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan membantu mereka mempertahankan, menarik, dan menghasilkan uang dalam jangka panjang (Cahyani et al., 2024).

Penulis dalam penelitian ini akan merancang sistem informasi pemasaran dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management (CRM)* untuk memudahkan dalam meningkatkan layanan pelanggan. Memberikan pelayanan yang lebih personal dan responsif melalui berbagai saluran komunikasi meningkatkan penjualan, melalui program loyalitas, pemasaran yang tertarget, dan rekomendasi produk yang relevan. Mengambil keputusan bisnis yang lebih baik, mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang perilaku pelanggan melalui

analisis data. Berdasarkan situasi dan kondisi tersebut maka penulis merancang sebuah sistem pada Toko Baju Cece Collection dengan judul “**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DENGAN MENERAPKAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO BAJU CECE COLLECTION MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL**”.

1.2 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dengan memberikan sebuah pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka ?
2. Bagaimana cara merancang sistem informasi CRM yang efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pemasaran di Toko Baju Cece Collection ?
3. Bagaimana cara perancangan sistem berbasis CRM menggunakan Bahasa pemrograman PHP ?
4. Bagaimana mengukur dampak penerapan sistem CRM terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan di Toko Baju Cece Collection ?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penulis mencoba mengungkapkan beberapa hipotesa sebagai berikut :

1. Dengan adanya Peningkatan pemahaman tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan melalui interaksi langsung, memberikan sebuah diskon, analisis penjualan, serta pelayanan yang responsif dan personal akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas.
2. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat mempermudah informasi pada kualitas pelayanan pemasaran di Toko Baju Cece Collection dengan metode CRM.
3. Dengan adanya sistem menggunakan Bahasa pemrograman PHP ini diharapkan dapat membantu Toko Baju Cece Collection dalam peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.
4. Dengan adanya sistem yang baru ini diharapkan tidak adanya dampak yang ditimbulkan untuk membantu Toko Baju Cece Collection dalam pengelolaan data pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan terhadap masalah yang akan diteliti agar penelitian ini terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya meliputi informasi seputar Toko Baju Cece Collection.
2. Informasi yang disajikan yaitu tentang profil Toko Baju Cece Collection, data pelanggan, peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan di Toko Baju Cece Collection dengan metode CRM.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk :

1. Untuk menghasilkan sebuah sistem analisis terhadap kebutuhan bisnis Toko Baju Cece Collection terkait dengan pengelolaan data pelanggan, pemasaran, pelayanan dan penjualan menggunakan metode CRM.
2. Untuk mengembangkan sistem informasi menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database MySQL, serta memastikan sistem mudah digunakan dan diakses oleh karyawan toko.
3. Untuk menghasilkan sebuah sistem yang membantu dalam pengelolaan data pelanggan pada Toko Baju Cece Collection dalam menghasilkan laporan pelayanan.
4. Untuk mengukur sejauh mana penerapan sistem informasi berbasis CRM dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Toko Baju Cece Collection.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut

1. Manfaat bagi penulis :
 - a. Dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dan untuk menambah pengetahuan penulis tentang bagaimana penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan selama ini.
2. Manfaat Untuk Toko Baju Cece Collection :
 - a. Membantu Toko Baju Cece Collection dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
 - b. Membantu Toko Baju Cece Collection dalam pengelolaan data pelanggan menggunakan metode CRM.
 - c. Dapat menyediakan output laporan pelayanan yang cepat, tepat, dan akurat guna membantu Owner Toko Baju Cece Collection dalam mengambil keputusan.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

Pada tinjauan umum perusahaan, penulis melakukan penelitian berupa sejarah toko, visi dan misi, struktur organisasi, serta deskripsi jabatan yang ada pada Toko Baju Cece Collection yang akan menjadi objek di rancangannya aplikasi nanti.

1.7.1 Sejarah Toko Baju Cece Collection

Toko Baju Cece Collection merupakan salah satu usaha ritel yang bergerak di bidang penjualan produk fashion wanita yang berlokasi di Jl. Purus II, Taplau, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. Toko Baju Cece Collection didirikan pada bulan Juni tahun 2019 oleh Desi Setiawati. Toko Baju Cece Collection berawal sebagai toko kecil yang menawarkan berbagai pilihan pakaian untuk wanita, dengan tujuan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan akses ke produk fashion berkualitas dengan harga terjangkau. Seiring dengan perkembangan bisnis, Toko Baju Cece Collection berkembang pesat, sehingga toko ini menyediakan berbagai macam produk, seperti sepatu, tas, dan aksesoris dengan berbagai pilihan model. Awalnya ibuk Desi pernah membuka cabang Toko Baju Cece Collection di tempat yang lain, namun tidak terlalu berkembang pesat dikarenakan tempat yang terlalu jauh dan kurang strategis. Toko Baju Cece Collection sekarang hanya memiliki satu tempat yang sudah dibelinya dari pemilik awal bapak Hendra. Dalam menyediakan produk, toko ini selalu berupaya menghadirkan koleksi yang mengikuti tren terbaru dan memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan dari berbagai kalangan. Toko Baju Cece Collection tidak hanya fokus pada produk-produk yang trendy dan up-to-date, tetapi juga memberikan perhatian khusus pada pelayanan pelanggan yang ramah dan profesional. Seiring berjalannya waktu, Toko Baju Cece Collection menyadari bahwa pelayanan pelanggan yang baik adalah salah satu faktor kunci dalam membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan. Toko ini berusaha untuk menyediakan pengalaman berbelanja yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga memuaskan bagi setiap pelanggan yang datang. Setiap anggota staf di Toko Baju

Cece Collection dilatih untuk memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan solutif. Toko ini mengedepankan pendekatan personal dengan melayani pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing, agar mereka merasa dihargai dan puas dengan pengalaman belanja mereka. Toko Baju Cece Collection sendiri memiliki 3 orang karyawan.

1.7.2 Visi dan Misi

Adapun visi, misi, dan tujuan dari Toko Baju Cece Collection dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Visi

Menjadi toko fashion terkemuka yang dikenal karena koleksi pakaian dan aksesoris berkualitas, serta memberikan pelayanan dan pengalaman berbelanja yang istimewa dan memuaskan bagi setiap pelanggan wanita.

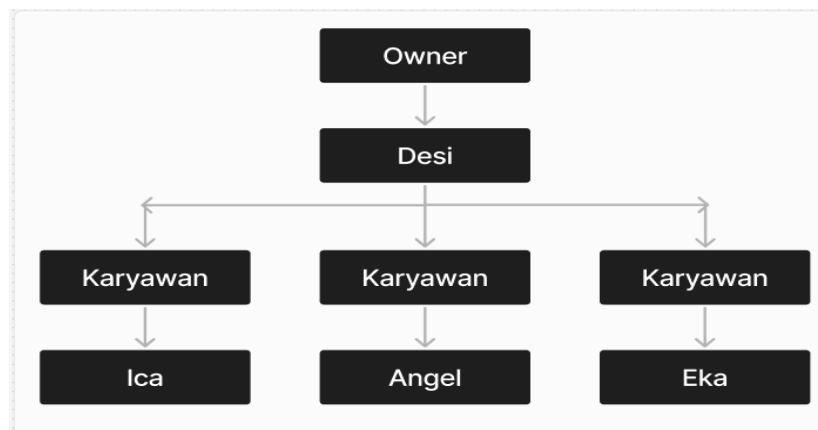
b) Misi

1. Menyediakan produk fashion wanita yang up-to-date, berkualitas, dan terjangkau.
2. Mengutamakan pelayanan pelanggan yang ramah dan professional.
3. Berinovasi dalam menawarkan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

1.7.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari Toko Baju Cece Collection dapat dilihat pada gambar berikut :

Struktur Organisasi Toko Baju Cece Collection



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Toko Baju Cece Collection

1.7.4 Deskripsi Jabatan

Adapun deskripsi pekerjaan setiap bagian organisasi pada Toko Baju Cece Collection dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Owner

1. Bertanggung jawab penuh atas kegiatan yang dilakukan oleh Toko Baju Cece Collection.
2. Sebagai orang yang menentukan keputusan pada Toko Baju Cece Collection.
3. Menjaga kualitas layanan pelanggan pada Toko Baju Cece Collection.

b) Karyawan

1. Memberikan informasi produk.
2. Memberikan pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif.
3. Mengelola transaksi penjualan dengan sistem kasir.
4. Mengelola stok barang dan menjaga kebersihan toko.