BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah memengaruhi hampir setiap aspek kehidupan manusia. Salah satu sektor yang terdampak secara signifikan adalah dunia bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan. Di era digital ini, perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi dengan perubahan yang cepat, baik dari sisi teknologi maupun dari perilaku konsumen. Seiring dengan itu, kebutuhan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan secara efisien, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat hubungan jangka panjang menjadi semakin krusial. Dalam konteks tersebut, implementasi sistem informasi berbasis teknologi digital, seperti Customer Relationship Management (CRM), menjadi semakin relevan dan mendesak. Hal ini sejalan dengan pernyataan dalam sebuah jurnal yang menyebutkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi ini dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran produk dalam perusahaan, misalnya dijadikan media dalam membentuk Customer Relationship Management (CRM) (Danisa & Muthohar, 2023).

Salah satu bentuk implementasi nyata dari pemanfaatan teknologi tersebut adalah penggunaan sistem informasi berbasis web yang memungkinkan akses data pelanggan secara real-time, mempercepat respons, serta mendukung proses pengambilan keputusan. Penelitian yang dilakukan oleh (Febbyanto et al., 2023) menunjukkan bahwa sistem berbasis web dan mobile yang diterapkan pada

pedagang sayur mampu mengelola data pelanggan dan transaksi secara real- time, serta meningkatkan efisiensi operasional. Berbagai proses pemasaran, seperti promosi, pengelolaan stok, dan layanan pelanggan, kini dapat diotomatisasi dengan dukungan teknologi informasi.

Selanjutnya, (Safitri et al., 2024) juga membuktikan bahwa sistem informasi berbasis web mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat layanan, dan mengurangi ketergantungan pada proses manual yang memakan waktu. Selain itu, penggunaan media digital seperti situs web terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi dan mempermudah interaksi dengan (Nurhaliza & Mulyono, 2023). Keunggulan-keunggulan tersebut memberikan nilai tambah dalam menghadapi persaingan pasar global yang semakin kompetitif, sehingga sistem informasi berbasis web tidak hanya mempermudah komunikasi antara perusahaan dan pelanggan, tetapi juga berperan strategis dalam meningkatkan efisiensi serta efektivitas aktivitas pemasaran perusahaan.

Dalam konteks pemasaran digital yang semakin kompetitif, konsep Customer Relationship Management (CRM) menjadi semakin krusial sebagai strategi utama untuk mempertahankan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. CRM merupakan pendekatan yang digunakan perusahaan untuk membangun dan mengelola relasi yang lebih kuat dengan pelanggan (Suwandi et al., 2023). Melalui sistem CRM, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menyediakan interaksi yang lebih terstruktur, terukur, dan berkesinambungan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Salamena & Emanuel, 2024) menunjukkan bahwa CRM dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, menjadikannya sebagai indikator penting dalam membangun hubungan jangka panjang. Senada dengan temuan tersebut, (Romdoni et al., 2023) menyatakan bahwa penerapan CRM berbasis web terbukti dapat meningkatkan kualitas komunikasi serta kepuasan pelanggan melalui berbagai fitur, seperti kritik dan saran, pesan siaran (broadcast message), dan penilaian layanan.

Tak hanya dalam bentuk digital, CRM juga berhasil diterapkan secara efektif pada layanan langsung, sebagaimana ditunjukkan oleh Rumah Makan Nasi Pecel Tumpang Bu Beny yang mengombinasikan penggunaan teknologi dengan pendekatan personal untuk menciptakan loyalitas pelanggan (Satriyono et al., 2023). Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun implementasi CRM telah banyak dilakukan di berbagai sektor, efektivitasnya dalam memperkuat hubungan pelanggan dan mendukung strategi pemasaran digital masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut, terutama dalam konteks bisnis dengan karakteristik layanan yang beragam. Lebih dari sekadar sistem teknologi, Customer Relationship Management merupakan pendekatan manajerial yang menyeluruh. Pendekatan ini mencakup proses bisnis dan budaya kerja yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. CRM mengintegrasikan berbagai fungsi utama, seperti pemasaran, penjualan, dan layanan purna jual, ke dalam satu sistem terpadu untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan bernilai pada setiap titik interaksi.

Menurut (Wijaya, 2024), keberhasilan implementasi CRM sangat dipengaruhi oleh budaya kerja perusahaan, termasuk nilai-nilai seperti kolaborasi, inovasi, pemahaman terhadap data, serta komitmen terhadap pelayanan. Di sisi lain,

strategi komunikasi yang efektif, konten yang relevan, dan interaksi dua arah antara merek dan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen di era digital (Maulana et al., 2023).

Sebagai sistem informasi, CRM dirancang untuk mengoordinasikan berbagai proses bisnis yang melibatkan interaksi langsung maupun tidak langsung dengan pelanggan. Sistem ini menyediakan data pelanggan secara real-time kepada berbagai divisi perusahaan, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Novita, 2023) serta (Soraya & Sazali, 2023), menunjukkan bahwa penerapan CRM mampu meningkatkan efektivitas pelayanan, memperluas jangkauan promosi melalui integrasi media sosial, serta mempererat hubungan pelanggan dengan perusahaan. Selain itu, CRM memungkinkan perusahaan untuk menganalisis data pelanggan secara mendalam, memahami preferensi mereka, dan melakukan personalisasi layanan yang berdampak positif terhadap kepuasan dan retensi pelanggan (Herlambang et al., 2023).

Pemilihan teknologi pengembangan sangat penting dalam penerapan CRM digital berbasis web. Kombinasi PHP sebagai bahasa pemrograman server-side yang fleksibel dan MySQL sebagai sistem basis data andal mampu menangani data pelanggan besar dengan efektif. Kedua teknologi ini terbukti optimal dalam membangun sistem CRM web yang responsif, terintegrasi, serta mudah dikembangkan (Assuary et al., 2023; Indasari et al., 2023), sehingga menjadi solusi tepat untuk sistem CRM yang efisien dan skalabel.

Meski teknologi berkembang pesat, tidak semua pelaku bisnis dapat mengadopsi solusi digital dengan optimal. Toko Sarana Smartphone, sebagai studi kasus penelitian ini, masih menghadapi tantangan dalam pemasaran dan pengelolaan pelanggan karena seluruh proses bisnis seperti pencatatan data dan pemesanan produk masih manual. Hal ini menyebabkan ketidakefisienan, layanan yang lambat, dan keterbatasan dalam menjangkau pelanggan secara luas. Ketiadaan sistem digital juga membuat pelanggan tidak bisa mengakses informasi produk secara daring, melakukan pemesanan langsung, atau memberikan umpan balik secara mudah, yang akhirnya menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mengancam peluang penjualan dan daya saing toko di pasar yang kompetitif. Penerapan sistem pemasaran berbasis web dengan CRM menawarkan fitur pemesanan online, pengelolaan diskon, chat langsung, dan umpan balik untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat hubungan pelanggan secara berkelanjutan dan terpercaya.

Sejalan dengan tujuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sistem informasi pemasaran berbasis web yang terintegrasi dengan metode CRM pada Toko Sarana Smartphone. Penelitian ini mengusung judul "**Perancangan Sistem Informasi Pemasaran dengan Menerapkan Metode Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Toko Sarana Smartphone Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MySQL**" Dengan pendekatan ini, diharapkan sistem yang dikembangkan tidak hanya mampu meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam membangun loyalitas pelanggan di era *digital*.

1.2 Perumusan Masalah

Untuk meningkatkan pelayanan dan hubungan dengan pelanggan, Toko Sarana Smartphone perlu sistem pemasaran berbasis web dengan CRM. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi sistem informasi pemasaran berbasis web dengan metode Customer Relationship Management (CRM) dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan pada Toko Sarana Smartphone?
2. Bagaimana penggunaan teknologi PHP dan MySQL dapat mendukung pengembangan sistem CRM berbasis web yang responsif dan terintegrasi di Toko Sarana Smartphone?
3. Bagaimana sistem CRM yang dirancang dapat membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Toko Sarana Smartphone di era digital?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai jawaban sementara yang akan diuji kebenarannya melalui pengembangan dan implementasi sistem informasi pemasaran berbasis web dengan metode Customer Relationship Management (CRM) di Toko Sarana Smartphone. Berikut hipotesa penelitiannya:

1. Implementasi sistem informasi pemasaran berbasis web dengan metode CRM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan pada Toko Sarana Smartphone.
2. Penggunaan teknologi PHP dan MySQL mampu mendukung pengembangan sistem CRM berbasis web yang responsif dan terintegrasi di Toko Sarana Smartphone.
3. Sistem CRM yang dirancang dapat membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Toko Sarana Smartphone di era digital.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada perancangan dan pengembangan sistem informasi pemasaran berbasis web dengan metode Customer Relationship Management (CRM) menggunakan teknologi PHP dan MySQL, yang difokuskan pada Toko Sarana Smartphone. Fitur aplikasi yang dikembangkan meliputi segi pelanggan, yaitu desain antarmuka, chat, tampilan produk beserta informasi diskon, riwayat pesanan, komentar, rating, proses pemesanan, dan checkout. Sedangkan dari segi admin, fitur yang disediakan meliputi balas chat, pengelolaan diskon, pengelolaan feedback, desain, pengelolaan produk, kategori, satuan, pengguna, penjualan, stok masuk, konfirmasi pesanan, serta laporan penjualan. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis di luar pengembangan web maupun aspek finansial dan strategi pemasaran offline.

1.5 Tinjauan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan sistem informasi pemasaran berbasis web yang terintegrasi dengan metode Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Sarana Smartphone. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan efisiensi operasional Toko Sarana Smartphone melalui penerapan sistem informasi pemasaran berbasis web.
2. Mengembangkan sistem CRM yang responsif dan mudah diakses menggunakan teknologi PHP dan MySQL.
3. Mempermudah pengelolaan data pelanggan dan transaksi secara akurat untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan menyediakan fitur interaktif seperti chat dan umpan balik.
5. Menyediakan tampilan produk yang informatif, termasuk informasi diskon, untuk menarik minat pelanggan.
6. Memfasilitasi pelanggan dalam melakukan pemesanan, cekout, dan melacak riwayat pesanan dengan mudah.
7. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui sistem pengelolaan komentar dan rating yang terintegrasi.
8. Mendukung aktivitas admin dalam mengelola produk, diskon, feedback, stok, penjualan, serta laporan penjualan secara efisien.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan bagi berbagai pihak terkait, antara lain kampus, objek penelitian, dan peneliti sendiri. Adapun manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat untuk Kampus
    a. Menambah koleksi penelitian yang dapat dijadikan referensi akademik di bidang sistem informasi dan teknologi pemasaran.
    b. Meningkatkan kualitas pembelajaran dengan menghadirkan studi kasus nyata terkait penerapan CRM berbasis web.
    c. Mendukung pengembangan program studi teknologi informasi melalui aplikasi praktis hasil penelitian.
2. Manfaat untuk Objek Penelitian (Toko Sarana Smartphone)
    a. Meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan kepada pelanggan secara signifikan.
    b. Mempermudah pengelolaan data pelanggan dan transaksi dengan sistem yang terintegrasi dan real-time.
    c. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui fitur interaktif seperti chat, komentar, dan rating.
3. Manfaat untuk Peneliti
    a. Mengembangkan kemampuan teknis dalam merancang dan membangun sistem CRM berbasis web menggunakan PHP dan MySQL.
    b. Memperluas wawasan tentang penerapan teknologi informasi dalam dunia bisnis dan pemasaran digital.

c. Meningkatkan keterampilan analisis dan pemecahan masalah melalui penelitian dan pengembangan sistem yang nyata.

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 Sarana Smartphone yang akan menjadi objek di rancangnya aplikasi nanti.

1.7.1 Sejarah Toko Sarana Smartphone

Toko Sarana Smartphone merupakan salah satu usaha ritel yang bergerak di bidang penjualan produk Smartphone yang berlokasi di Jl. Dr,Sutomo No 78 Kubu marapalam padang Timur Kota Padang. Toko Sarana Smartphone didirikan pada bulan Juni tahun 2019 oleh Desi Setiawati. Toko Sarana Smartphone berawal sebagai toko kecil yang menawarkan berbagai pilihan, dengan tujuan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan akses ke produk berkualitas dengan harga terjangkau. Seiring dengan perkembangan bisnis, Toko Sarana Smartphone berkembang pesat, sehingga toko ini menyediakan berbagai macam produk, seperti case, dan aksesoris dengan berbagai pilihan model.

Awalnya Desi pernah membuka cabang Toko Sarana Smartphone di tempat yang lain, namun tidak terlalu berkembang pesat dikarenakan tempat yang terlalu jauh dan kurang strategis. Toko Sarana Smartphone 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 Sarana Smartphone 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 Sarana Smartphone 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 Sarana Smartphone 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 Sarana Smartphone sendiri memiliki 3 karyawan.

1.7.2 Visi dan Misi

Adapun visi, misi, dan tujuan dari Toko Sarana Smartphone dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Visi

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

2. Misi
    a. Menyediakan produk smartpohe yang up-to-date, berkualitas, dan terjangkau.
    b. Mengutamakan pelayanan pelanggan yang ramah dan profesional.

c. Berinovasi dalam menawarkan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan pelanggan.

1.7.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari Toko Sarana Smartphone dapat dilihat pada gambar berikut:



(Sumber : Toko sarana smartphone)

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Toko sarana smartphone

1.7.4 Deskripsi Jabatan

Adapun deskripsi pekerjaan setiap bagian organisasi pada Toko Sarana Smartphone dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Owner
    a. Bertanggung jawab penuh atas kegiatan yang dilakukan oleh Toko Sarana Smartphone.
    b. Sebagai orang yang menentukan keputusan pada Toko Sarana Smartphone.
    c. Menjaga kualitas layanan pelanggan pada Toko Sarana Smartphone.

2. Karyawan

    a. Memberikan informasi produk, mengelola stok dan kebersihan.

    b. Memberikan pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif.

    c. Mengelola transaksi penjualan dengan sistem kasir.