

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang ketat muncul karena adanya teknologi yang berkembang pesat. Dengan adanya persaingan yang ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih mengedepankan kualitas produk dan sasaran pasar yang dituju. Tidak hanya itu mempertahankan bisnis juga membutuhkan teknologi informasi agar mudah diakses oleh pelanggan dalam melakukan transaksi. aspek penting yang perlu diperhatikan dalam persaingan usaha yaitu kepuasan pelanggan dan keinginan pelanggan. Dengan perkembangan pasar saat ini, banyaknya pelaku usaha yang saling bersaing satu sama lain untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dengan menjalin komunikasi yang baik agar mendapatkan pelanggan baru.

Bisnis membutuhkan strategi yang sesuai agar dapat bertahan di pasar, menghadapi persaingan, ancaman dan peluang pasar. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan strategi *Customer Relationship Management (CRM)* .

Rosmayani (2016), mengatakan bahwa CRM ialah suatu strategi bisnis yang membantu organisasi untuk mencapai sasaran dengan menerapkan konsep dan teknologi CRM terhadap suatu operasi bisnis. Operasi bisnis yang dilakukan harus bergantung kepada jenis-jenis bisnis, serta jika ingin menerapkan CRM manajemen harus meneliti masalah-masalah yang mungkin ditemukan selama proses, sebelum dan sesudah melaksanakan penerapan. CRM dapat membangun

komunikasi antara pelanggan dengan perusahaan (Mashuda, I., & Susanti, 2020). Sedangkan Yuda (2019), mengatakan bahwa CRM merupakan bisnis yang menempatkan *customer* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya.

Toko RM merupakan toko yang menjual alat kebutuhan rumah tangga. Dalam melakukan transaksi penjualan toko RM masih mengandalkan tatap muka dengan konsumen, dimana konsumen datang langsung ke toko dan memilih barang yang akan di beli. Akan tetapi, jika penjualan dilakukan secara online tentunya akan mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi dan memperluas peluang pasar serta meningkatkan penjualan.

Laporan pada toko RM masih dilakukan dengan cara manual. Sehingga pimpinan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membuat laporan penjualan harian, bulanan, dan tahunan. Dengan menggunakan cara manual tersebut, besar kemungkinan laporan bisa rusak bahkan hilang. Pada saat ini, konsumen sangat sulit mencari informasi tentang keberadaan toko RM, yang mengakibatkan toko kurang dikenal oleh banyak orang. Dengan adanya permasalahan tersebut maka dibutuhkan sebuah *website* dengan menggunakan metode CRM. Hal ini sangat penting karena dengan keberadaan suatu *website* dapat membantu dalam menyampaikan informasi produk secara detail kepada konsumen. Selain itu dengan adanya *website* tersebut dapat mempermudah konsumen mengakses informasi yang dibutuhkan dimana saja dan kapan saja.

Keberadaan suatu *website* dapat memperluas jangkauan pemasaran toko RM. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul “ANALISA DAN

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN ALAT RUMAH TANGGA DENGAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL PADA TOKO RM ”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan mendasar pada toko RM, ada pun permasalahannya tersebut antara lain:

1. Bagaimana strategi CRM dapat meningkatkan penjualan pada toko RM?
2. Bagaimana strategi CRM dalam mempermudah komunikasi dengan konsumen pada toko RM?
3. Bagaimana penerapan bahasa pemrograman PHP dalam pembuatan system berbasis web dengan implementasi strategi CRM?
4. Bagaimana cara mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan?
5. Bagaimana database *MYSQL* dapat menyimpan data-data penjualan dari toko RM?

1.3. Batasan Masalah

Dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada toko RM dan agar penelitian ini terarah dan sistematis sesuai permasalahan, maka peneliti membatasi masalah tentang analisa dan perancangan sistem informasi berbasis web dengan implementasi strategi *Customer Relationship Management (CRM)* pada toko RM.

1.4. Hipotesa

Berdasarkan permasalahan maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Dengan adanya sistem tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada toko RM.
2. Dengan adanya sistem tersebut diharapkan dapat mempermudah komunikasi antara pihak toko RM dengan konsumen.
3. Dengan adanya system informasi berbasis *website* ini diharapkan dapat diakses oleh siapa dan dimana saja, sehingga memperluas pemasaran dan penjualan serta juga dapat menambah jumlah konsumen Toko RM.
4. Dengan adanya sistem informasi berbasis website diharapkan dapat mempermudah pemilik toko dalam melakukan pembuatan laporan penjualan dimanapun dan kapanpun. Serta menampilkan informasi produk secara detail guna meningkatkan kepuasan dan kemudahan pelanggan dalam melihat informasi produk yang mereka inginkan.
5. Dengan adanya sistem penyimpanan database diharapkan dapat mempermudah toko RM dalam melakukan penyimpanan data-data transaksi.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian antara lain :

1. Untuk meningkatkan penjualan pada toko RM.
2. Untuk menghasilkan sistem informasi yang dapat membantu konsumen untuk dapat melihat informasi produk secara detail
3. Untuk menghasilkan sebuah website yang dapat membantu toko RM dalam memasarkan produk.

4. Memperkenalkan lebih lanjut tentang kegunaan *computer* dengan sistem yang handal yang dapat membantu pekerjaan manusia.
5. Untuk mempermudah toko RM dalam mengelola laporan penjualan harian, bulanan, dan tahunan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu:

- a) Bagi Mahasiswa
 1. Menambah pengalaman dan wawasan penulis dalam membangun system informasi.
 2. Sebagai sarana bagi penulis dalam mengembangkan wawasan di bidang ilmu *computer*.
 3. Sebagai acuan bagi peneliti dalam mengembangkan system yang lebih baik.
- b) Bagi kampus
 1. Sebagai bahan untuk menambah referensi di perpustakaan Universitas Putra Indonesia “ YPTK “ Padang Khususnya program studi sistem informasi.
 2. Sebagai alat ukur untuk menilai pemahaman mahasiswa dalam melakukan penelitian
- c) Bagi Toko RM
 1. Membantu Toko RM dalam meningkatkan proses penjualan.
 2. Dapat menyediakan laporan yang cepat, tepat dan akurat guna membantu Toko RM dalam mengambil keputusan.

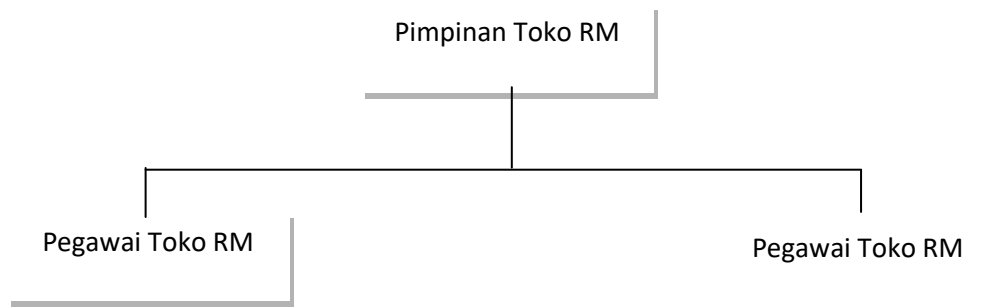
3. Mempermudah pihak Toko RM untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

1.7. Tinjauan Umum Perusahaan

1.7.1. Sejarah singkat Toko RM

Toko RM berdiri sejak tahun 1997, merupakan toko milik pribadi yang dipimpin oleh bapak Rasmen yang melakukan usaha di bidang penjualan alat perlengkapan rumah tangga yang beralamat Jl. Apel Raya No. 25 Perumnas Belimbing.

1.7.2. Struktur Perusahaan



Gambar 1.1 Struktur Toko RM

1.7.3. Tugas dan Wewenang

Adapun tugas dari masing-masing bagian pada struktur organisasi secara umum adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan

Adapun tugas dari pimpinan adalah sebagai berikut :

- a. memimpin kegiatan Toko RM.
- b. menerima laporan
- c. mengatur keuangan.
- d. mengatur gaji karyawan.

2. Karyawan

Adapun tugas karyawan adalah sebagai berikut :

- a. melayani pelanggan yang datang ke Toko RM.
- b. mencatat transaksi penjualan.
- c. membuat laporan penjualan barang.