

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan Perusahaan kepada *customernya*, Perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi bisnis Perusahaan antara lain dengan memanfaatkan kemajuan Teknologi *Informasi* (TI). Pengembangan strategi tersebut selanjutnya mendorong investasi baru dalam TI yang digunakan dalam pemrosesan transaksi dan informasi. Kehandalan Perusahaan mengelola TI menentukan keberhasilan dalam menghasilkan suatu informasi yang lengkap, akurat, terkini, utuh, aman, konsisten, tepat waktu dan relevan. Dengan demikian informasi yang dihasilkan dapat mendukung proses operasional bisnis Perusahaan serta mendirikan *program Customer Relationship Management* (CRM).

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan besar yang menerapkan program *Customer Relationship Management* (CRM), diantaranya ada Indosat selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi dan Nestle perusahaan yang bergerak dalam bidang retail. PT Indosat Tbk adalah perusahaan telekomunikasi kedua terbesar di Indonesia

Jika kita lihat bahwa perusahaan-perusahaan yang menggunakan strategi CRM kebanyakan adalah perusahaan yang besar, yang mempunyai banyak customer dan namanya sudah dikenal di masyarakat. karena CRM merupakan sebuah pondasi bagi perusahaan untuk bertahan di dunia bisnis. Jika CRM suatu

perusahaan baik maka akan ada terus pelanggan yang terus mengkonsumsi barang dan jasa suatu perusahaan sehingga menghasilkan profit.

Menurut Buttle, melalui CRM perusahaan dapat meningkatkan orientasi pada pelanggan (*customer centric*) serta perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggannya sehingga akan tercipta hubungan bisnis yang erat, terbuka dan terjalin komunikasi dua arah di antara perusahaan dengan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller, manajemen relasi pelanggan atau *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua “titik sentuhan” pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan. Titik sentuhan pelanggan adalah kesempatan apa pun dimana seorang pelanggan menghadapi merek dan produk. *Customer Relationship Management (CRM) is the dynamic process of managing a customer company relationship such that customers elect to continue mutually beneficial commercial exchanges and are dissuaded from participating in exchanges that are unprofitable to the company.*

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah yang dihadapi, yaitu :

1. Bagaimana merancang sistem *Customer Relationship Management (CRM)* pada Reffan House Textile Padang menggunakan bahasa pemrograman PHP?
2. Bagaimana merancang database untuk menyimpan data menggunakan Database MySQL agar data lebih aman dan mudah diolah?
3. Bagaimana sistem *Customer Relationship Management (CRM)* agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada Reffan House Textile

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari pemecahan masalah dan tujuan dari penulis ini tercapai sesuai diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah, yaitu :.

1. Sistem *Customer Relationship Management (CRM)* dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.
2. Dalam tugas akhir ini perancangan dilakukan pada sistem informasi penjualan yang menampilkan informasi produk, informasi konsumen, informasi pemesanan berbasis web di Reffan House Textile

1.4 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa hipotesa yaitu :

1. Diharapkan dengan dibangunnya sistem *Customer Relationship Management (CRM)* dapat membantu pemilik toko.
2. Diharapkan dengan dibangunnya database mampu menampung data yang akan diolah dan mempermudah dalam pembuatan laporan.
3. Diharapkan dengan diterapkannya metode *Customer Relationship Management (CRM)* dapat meningkatkan service kepada para pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis sistem informasi pemasaran pada usaha toko
2. Merancang database menggunakan MySQL agar mampu menyimpan data yang akan diolah.
3. Untuk membangun dan menerapkan sistem *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis web.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, diharapkan memperoleh manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1. Dapat membantu dan memudahkan pemilik toko dalam menentukan barang yang banyak dicari konsumen.
2. Dapat mempercepat proses pelayanan dan mempermudah dalam pembuatan laporan.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

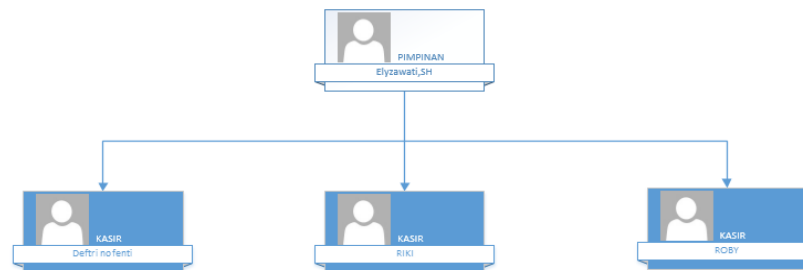
Toko Reffan House Textile adalah toko yang menjual berbagai macam kain batik solo, kain batik minang, kain batik madura, dll. Toko Reffan House Textile merupakan pelopor toko bahan kain kiloan yang terletak di kota Padang yang telah berdiri sejak tahun 1999. yang berlokasi di Jalan Pramuka Raya.



Gambar 1.1 Toko Reffan House Textile

(Sumber :Toko Reffan House Textile)

1.8 Struktur Organisasi dan pembagian tugas



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

(Sumber : Reffan House Textile)

1. Pemilik toko

Pemilik toko berfungsi sebagai admin yang bertugas mengurus dan mengontrol sistem dan keberlangsungan usahanya mulai dari menginputkan jenis barang yang dijual, mengelompokkan barang berdasarkan kategori hingga membuat laporan hasil transaksi.

2. Kasir Toko

kasir berfungsi untuk melayani pembeli yang akan melakukan pembayaran barang yang telah dibelinya.

3. Karyawan Toko karyawan toko berfungsi untuk melayani pelanggan yang sedang memilih barang yang akan dibelinya.