

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang ini mempengaruhi banyak aspek, di antaranya perekonomian, politik, pemerintahan, dan banyak lainnya. Pengaruh ini membuat banyak perubahan gaya hidup dan cara pandang masyarakat yang terbiasa dan berada di lingkungan teknologi. Mereka ingin di mudahkan dalam segala hal, salah satunya dalam bisnis perdagangan, mereka tidak ingin membuang waktu dan tenaga dalam memilih barang yang mereka butuhkan. Hal ini membuat banyak bisnis perdagangan atau penyewaan jasa mereka dengan memanfaatkan teknologi melalui jaringan internet agar terciptanya hubungan *Customer Relationship Management (CRM)* yang terbaik, dengan hal ini perusahaan dapat menggunakan media internet untuk menghubungkan antara penyedia dan konsumennya baik dalam hal promosi maupun dalam hal transaksi (Permata et al., 2018).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi pemasaran yang tepat dalam membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya, perusahaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan pihak perusahaan.

Salah satu bisnis yang bisa memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu perusahaan penyedia jasa *wedding organizer*. *Wedding Organizer* (WO) adalah penyedia jasa yang membantu dalam persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan. Bagi beberapa orang yang belum berpengalaman, tidak punya cukup waktu, tenaga, dan anggota keluarga untuk membantu dalam persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan, maka membutuhkan jasa untuk melakukan segala aktifitas dan penyedia fasilitas dengan baik dengan menggunakan jasa WO (*Wedding Organizer*) (Wijaya, 2017). Di tangan *wedding organizer* ini pemilik acara tidak perlu kesulitan dalam persiapan pernikahan mulai dari konsep pernikahan, tata rias, konsumsi, dekorasi dan juga hiburan.

CV Modelman merupakan salah satu penyedia jasa *wedding organizer* yang berlokasi di Jalan dr sutomo, Ujung jembatan Marapalam, Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat 25145. Saat ini CV Modelman memanfaatkan media sosial dalam hal promosi dan menggunakan buku besar secara manual dalam melakukan pencatatan transaksi/booking, Hal ini menyebabkan sering dijumpai permasalahan antara pihak CV. Modelman dan konsumen seperti konsumen harus datang langsung ke lokasi CV. Modelman Wedding Organizer untuk memesan atau sekedar mengetahui informasi layanan yang *ready* untuk di pesan sesuai tanggal resepsi dan konfirmasi pembayarannya masih harus datang ketempat, sehingga menyebabkan pemanfaatan waktu yang tidak efektif dan tidak efisiennya biaya yang dikeluarkan pelanggan yang berada jauh dari lokasi Cv.Modelman. Adapun pemesanan dilakukan melalui telepon, pelanggan tidak dapat melihat langsung informasi mengenai paket pernikahan yang ditawarkan.

Dengan Seluruh proses tersebut menyebabkan beberapa masalah dalam efisiensi waktu dan kesulitan dalam pemesanan paket pernikahan Sehingga menyebabkan peluang untuk mendapatkan calon pelanggan secara maksimal tidak terpenuhi, serta penyebaran informasi yang tidak efektif membuat pelanggan tidak mengetahui informasi-informasi terbaru sehingga mempengaruhi pelanggan beralih ke tempat lain.

Oleh karena itu, sering berkembangnya teknologi informasi maka perlu dilakukan strategi meningkatkan hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) yang lebih baik dengan cara mengimplementasikan suatu produk teknologi komunikasi informasi yang dapat membantu usaha ini menjadi lebih efektif dalam meningkatkan layanan pemesanan, serta dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Keunggulan dalam peningkatan layanan tersebut diataranya dapat membantu usaha tersebut dalam promosi produk mereka lebih luas dan lebih detail, perusahaan juga lebih mudah dalam memanajemen data data, bagi konsumen juga lebih mudah dalam memantau produk dan melakukan transaksi tanpa harus terhalang oleh ruang dan waktu.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan, maka diangkat sebagai judul skripsi yaitu **“Pengembangan CRM (Customer Relationship Management) Pada Jasa Pengelolaan Pesta Pernikahan Cv.Modelman”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal diatas, maka dalam penelitian masalah ini akan dirancang rumusan masalah yang meliputi:

1. Bagaimana menerapkan pengembangan *Customer Relationship Management* (CRM) pada jasa pengolahan jasa wedding organizer di Cv.Modelman?
2. Bagaimana merancang *Customer Relationship Management* (CRM) yang menarik, efisien dan efektif?
3. Bagaimana *Customer Relationship Management* (CRM) dapat memudahkan pengguna (konsumen) dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan paket pernikahan pada Cv.Modelman?
4. Bagaimana pihak perusahaan dalam memanajemen data data yang tersedia dalam *Customer Relationship Management* (CRM) agar lebih mudah?

1.3 Hipotesa

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka diperoleh hipotesa yaitu:

1. Dengan adanya sistem informasi yang baru dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan secara online kapan saja dan dimana saja, tanpa harus datang langsung ke toko.
2. Diharapkan dengan merancang sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat meningkatkan jumlah konsumen pada Cv.Modelman.
3. Dengan menggunakan database Mysql dapat mempermudah dalam proses penyimpanan data transaksi penyewaan.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tepat maka diperlukan batasan masalah dalam penelitian ini, Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian di Cv.Modelman, sedangkan subjek penelitian, yaitu pelanggan paket pernikahan Cv.Modelman
2. Data yang diinput pada sistem adalah data seluruh produk dan jasa yang dimiliki pada CV. Modelman.
3. Pihak CV Modelman Wedding Organizer hanya menerima jasa untuk wilayah Sumatera Barat
4. Sistem aplikasi ini ditujukan untuk melakukan pemesanan, serta informasi pada Cv.Modelman
5. Sistem ini dibuat dengan situs website pada admin untuk pihak perusahaan dan situs website user untuk konsumen.
6. Sistem juga dapat mencetak rakapitulasi data yang terdapat pada sistem

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan *Customer Relationship Management* (CRM) pada CV. Modelman memanfaatkan strategi pemasaran menggunakan sistem Website pribadi
2. Website dibangun menggunakan bahasa pemograman *PHP* dan *MYSQL* sebagai database.

3. Sistem memudahkan komunikasi antara konsumen dengan pihak CV. Modelman secara online, dengan cara konsumen mengakses dan mengirimkan data pemesanan pada halaman website user bagi konsumen dan pihak CV. Modelman menerima informasi pemesanan pada halaman website Admin yang hanya bisa diakses oleh pihak CV. Modelman
4. Sistem mampu membantu pihak perusahaan (admin) dalam menyajikan informasi yang dimiliki sehingga informasi tersebut dapat menjadikan acuan sebagai pengambilan keputusan selanjutnya dan memungkinkan admin bisa mencetaknya secara langsung

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Sistem aplikasi strategi *Customer Relationship Management* (CRM) pada Cv.Modelman akan menunjang dalam memperkenalkan lingkungan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pemesanan
2. Pemilik melakukan promosi penjualan menggunakan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) secara online sehingga dapat menghemat biaya dan waktu
3. Diharapkan dapat memberikan manfaat pada bidang ilmu komputer berupa tambahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya bermanfaat terhadap perkembangan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam bidang bisnis

1.7 Gambaran Umum Perusahaan

Cv.Modelman, Menjual dan Menyewakan perlengkapan dan peralatan Pesta Perkawinan seperti pelaminan (baik untuk rumah maupun gedung), Tenda & kursi, Baju Pengantin, Baju Kebaya, Make up (pengantin, wisuda), Suntiang, Kelambu Kamar Pengantin, Sulaman Emas, Bordir,dll.

1.7.1 Sejarah Singkat Cv.Modelman

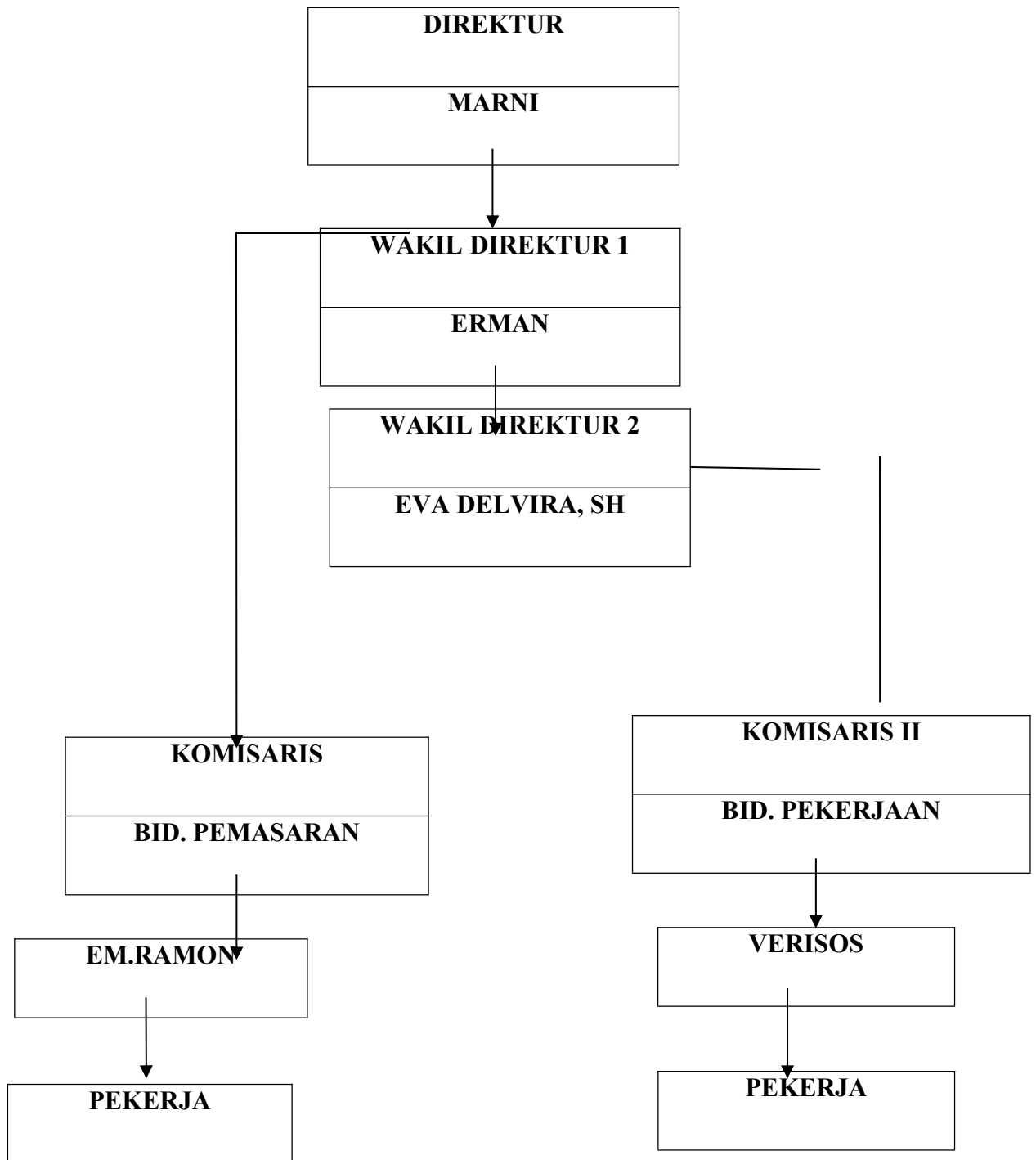
Cv.Modelman berdiri Pada tahun 1986, berlokasi di jalan dr sutomo Ujung Jembatan Marapalam Padang. Cv.Modelman menyewakan perlengkapan pesta dan perkawinan. Pendiri Cv. Modelman beliau adalah Hj.Marni Erman yang biasa di panggil Man. Hasil pertama kepandaian kursus Man berupa sepasang sarung bantal yang ia jahit dengan tangan. Hasil itu menambah dorongan bagi ibunya untuk membelikan Man mesin jahit, hasil jahitan Man berangsur-angsur banyak peminatnya. Perempuan yang ulet dan mandiri inilah satu-satunya yang memulai usaha bordir, dan Man mulai membuat perlengkapan kamar pengantin termasuk pelaminan. Dan disitulah ia berinisiatif membuat nama usahanya menjadi Cv.Modelman

1.7.2 Struktur Organisasi Modelman

Struktur organisasi juga dikatakan sebagai alat untuk membagi tanggung jawab yang diperlukan oleh organisasi yang ada dalam menjalani fungsi pada sebuah organisasi. Pada prinsipnya masalah organisasi merupakan pembagian fungsi, wewenang dan tanggung jawab untuk mencapai tujuan perusahaan.

Adapun aspek-aspek yang tergambar dalam struktur organisasi adalah spesialisasi kerja, rantai perintah, tipe pekerjaan yang dilaksanakan dan tingkatan manajemen

Adapun gambar struktur organisasi Modelman dapat dilihat di Gambar 1.1



Gambar1. 1 gambar struktur organisasi Modelman