

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini berkembang semakin pesat, hal ini disebabkan karena adanya perubahan kondisi situasi pasar serta perekonomian dan teknologi yang semakin canggih. Pada masa perkembangan seperti saat ini, setiap usaha bisnis harus mempunyai daya saing dan keunggulan kompetitif agar terus dapat bertahan dalam suatu lingkungan persaingan bisnis.

Selain itu, keberadaan pelanggan sangat menentukan bagi sebuah kelangsungan perusahaan, bukan hanya sebagai sumber pendapatan perusahaan saja, melainkan juga sebuah asset jangka panjang yang perlu dikelola dan dipelihara dengan sangat baik. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan adalah salah satu cara agar perusahaan dapat bertahan dalam kondisi tersebut, untuk mempertahankan pelanggan, maka perusahaan harus mampu mengetahui dan memenuhi apa yang diinginkan atau yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan cepat dan tepat. Hal ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan hasil penjualan yang maksimal, mempertahankan pelanggan yang sudah loyal, serta mendapatkan pelanggan baru. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik pelanggan yaitu melalui Customer Relationship Management (CRM).

Menurut Alamgir and Shamsuddoha (2015) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwasannya Customer Relationship Management (CRM) dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara efektif dengan menerapkan pengetahuan pelanggan dan pemeliharaan hubungan yang baik dengan pelanggan. Customer

Relationship Management (CRM) dapat membantu perusahaan mengelola interaksi pelanggan atau nasabah dengan lebih efektif untuk mempertahankan daya saing perusahaan pada perekonomian saat ini. Karena semakin banyaknya perusahaan yang menyadari pentingnya menjadi customer-centric pada era kompetitif saat ini. Senada dengan itu menurut Buttle (Jannah & Mawardi, 2017) menyatakan bahwa Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel.

Selanjutnya Lovelock & Wright (Hurriyati,) mengatakan bahwa Customer Relationship Management (CRM) merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan. Program Customer Relationship Management (CRM) diterapkan untuk merebut hati pelanggan, dengan cara mengalokasikan seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan, agar tercapainya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memainkan peran yang sangat penting dalam industri yang sangat bersaing, karena terdapat perbedaan yang sangat besar dalam loyalitas antara pelanggan yang sekedar puas dan yang benar-benar puas atau senang. Oleh sebab itu, crm ini sangat bermanfaat untuk strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan, mengkonfersi mereka menjadi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan yang puas dan loyal. Salah satu bentuk penerapan crm yaitu pada Toko tekstil, dari banyaknya toko tekstil penulis memilih Toko Bodytex.

Bodytex adalah usaha yang bergerak dibidang penjualan Tekstil yang beralamat Jln. Hangtuh no 23 kota sungai penuh, provinsi jambi. Toko bodytex ini menjual bahan pakaian Pria dan Wanita, serta pakaian seragam sekolah, kantor dan lain-lain. Berdasarkan observasi ditemukan bahwa Toko Bodytex saat ini melakukan promosi dengan cara tradisional, harus bertemu langsung antara penjual dan pembeli, melakukan promosi dengan iklan yang disebar, pelanggan harus bertemu langsung dan memilih satu persatu jenis bahan yang cocok sehingga waktu yang dibutuhkan akan terasa lama. Hal ini tentu akan berdampak pada tingkat penjualan dan kepuasan pelanggan, karena bersaing dengan penjualan secara online. Jika tidak dilakukan strategi bisnis yang baik, maka toko akan mengalami penurunan pelanggan. Serta laporan penjualan yang masih dilakukan secara manual, sehingga menyebabkan kurang akuratnya data penjualan.

Selain itu, kualitas atau mutu bahan tekstil juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan akan tetap bertahan bahkan bertambah jika kualitas bahan tetap terjaga serta harga menyesuaikan. Karena banyak ditemukan Toko yang menjual bahan tekstil dengan harga yang sama. Hal ini harus diperhatikan oleh pemilik toko terhadap persaingan harga yang terlalu tinggi atau rendah yang menyebabkan pelanggan bertambah atau berkurang. Sehingga konsep crm diharapkan memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada toko Bodytex.

Oleh sebab itu penulis ingin melakukan penelitian pada Toko Bodytex dengan menerapkan konsep crm. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan crm

dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Serta menghasilkan suatu aplikasi berbasis e-commerce, dengan tujuan mempermudah melakukan promosi dan penjualan pada toko Bodytex, dengan sasaran utama mendukung dan memperluas area pemasaran, dan juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian jenis bahan dan memilih model yang cocok, kapan saja dan dimana saja tanpa mengkhawatirkan keterbatasan waktu, dengan langsung mengunjungi sebuah situs web. Dengan adanya website ini diharapkan bisa membantu usaha penjualan bahan tekstil semakin meningkat, dan kepuasan pelanggan menjadi lebih baik

Berdasarkan permasalahan di atas penulis ingin membangun sebuah system penjualan dan pemesanan online (*e-commerce*) dengan menggunakan konsep crm untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada toko Bodytex. Sistem informasi penjualan ini diaplikasikan kedalam bahasa pemrograman PHP yang akan dituangkan pada penulisan laporan dengan judul : **“PERANCANGAN SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB MENGGUNAKAN KONSEP STRATEGY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA TOKO BODYTEX DENGAN MENGGUNAKAN BAHASA PEMOGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis membuat perumusan masalah yang jelas agar sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management dalam memberikan pelayanan pada toko Bodytex ?
2. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management dengan sistem berbasis e-commerce dapat meningkatkan penjualan pada Toko Bodytex ?
3. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management menggunakan bahasa pemograman PHP dalam pembuatan laporan manajemen penjualan ?
4. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management terhadap kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas bahan ?
5. Bagaimana penerapan Customer Relationship Management bagi kepuasan pelanggan dalam persaingan harga ?

1.3 Hipotesa

Dari sistem baru yang dirancang dengan menerapkan sistem komputerisasi serta menggunakan aplikasi Bahasa Pemograman PHP dan database MySQL sebagai alat bantu diharapkan misalnya :

1. Dengan adanya penerapan Customer Relationship Management diharapkan dapat meningkatkan pelayanan pada toko Bodytex.
2. Dengan adanya penerapan Customer Relationship Management dengan sistem berbasis e-commerce dapat meningkatkan penjualan pada Toko Bodytex.
3. Dengan adanya Customer Relationship Management menggunakan bahasa pemograman PHP diharapkan mempermudah pembuatan laporan manajemen penjualan.

4. Dengan penerapan Customer Relationship Management diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada kualitas bahan tekstil
5. Dengan adanya penerapan Customer Relationship Management diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam persaingan harga.

1.4 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang diuraikan, untuk menghindari terjadinya pengembangan masalah yang lebih luas maka penulis membatasi masalah yaitu hanya membahas tentang perancangan sistem informasi berbasis web pada Toko Bodytex dengan menggunakan bahasa pemrograman php dan database mysql.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menerapkan Customer Relationship Management untuk meningkatkan pelayanan pada toko Bodytex.
2. Menerapkan Customer Relationship Management dengan sistem berbasis e-commerce untuk meningkatkan penjualan pada Toko Bodytex.
3. Menerapkan Customer Relationship Management menggunakan bahasa pemrograman PHP untuk mempermudah pembuatan laporan manajemen penjualan.
4. Menerapkan Customer Relationship Management untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada kualitas bahan tekstil.
5. Menerapkan Customer Relationship Management untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam persaingan harga.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi mahasiswa

Dapat dijadikan pedoman dan referensi dalam merancang sistem informasi berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan Database MySql.

2. Bagi Universitas

- a. Untuk dijadikan tambahan ilmu bagi yang membutuhkan sesuai dengan tema yang diangkat.
- b. Sebagai media referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat tema yang sama akan tetapi dengan sudut pandang yang berbeda.

3. Bagi Toko Bodytex

Memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian,serta meningkatkan strategy bisnis.

1.7 Tinjauan Umum

1.7.1 Sejarah Berdirinya Toko Bodytex

Toko Bodytex adalah toko yang bergerak dalam bidang jual beli tekstil awal mulanya berdiri Toko Bodytex dari tanggal 17 januari 2001, yang didirikan oleh bapak Mulyadi.

Dahulunya bapak Mulyadi melakukan penjualan hanya dilakukan didesa tempat tinggalnya. Seiring berjalannya waktu Toko Bodytex mulai maju, sehingga memiliki toko yang terletak dikota Sungai Penuh dan memiliki beberapa karyawan dan dipimpin langsung oleh bapak Mulyadi.

1.7.2 Struktur Organisasi

Organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam segala bidang, karena dari organisasi akan dapat diketahui apa yang akan dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang akan ditetapkan. Organisasi merupakan alat bagi manajemen untuk menggabungkan unsur alam, manusia dan manajemen operasi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

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

Dalam organisasi masing-masingnya harus mengetahui apa yang mereka lakukan dalam mencapai tujuan organisasi, karena kelancaran pada koordinasi kerja secara langsung mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Jika ditinjau secara garis besar bentuk-bentuk organisasi dapat dikelompokkan menjadi 5 yaitu:

1. Organisasi garis

Dalam organisasi ini, seseorang pimpinan diakui sebagai sumber wewenang tunggal segala keputusan, hubungan antara karyawan dengan pimpinan bersifat langsung. Organisasi garis ini hanya dipakai oleh perusahaan-perusahaan kecil, dengan jumlah karyawan sedikit dan tujuan organisasi masih sederhana.

2. Organisasi fungsional

Organisasi ini disusun berdasarkan sifat dan fungsi yang harus dilaksanakan, dimana segelintir pimpinan tidak mempunyai bawahan yang jelas, sebab setiap pimpinan berwenang memberi perintah atau komando kepada bawahan sepanjang ada hubungan dengan fungsi pimpinan tersebut.

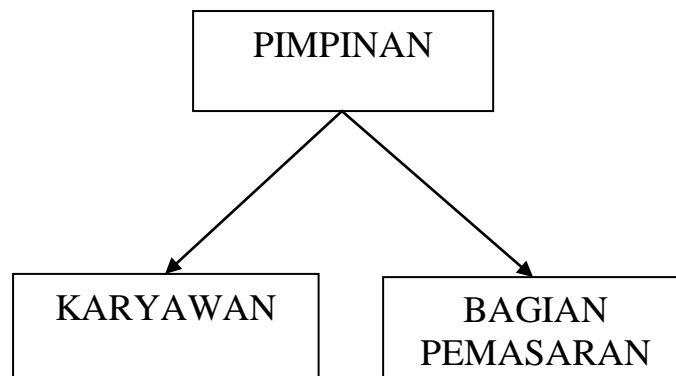
3. Organisasi komite

Komite sering dilakukan untuk mengumpulkan pendapat tentang berbagai kegiatan dalam perusahaan.

4. Organisasi matrik

Dalam dua dekade belakangan ini sudah dimulai banyak organisasi yang menggunakan pendekatan baru dalam menyelesaikan struktur yang ada dengan perubahan kondisi, terutama dibidang riset dan pengembangan produk baru.

Adapun gambar struktur organisasi Toko Bodytex dapat dilihat pada Gambar 1.1 :



Gambar 1.1 Struktur Organisasi toko Bodytex

1.7.3 Tugas dan Wewenang

a. Pimpinan

Orang yang bertugas dalam melakukan setiap kegiatan yang sedang berlangsung pada toko Bodytex, mengawasi setiap kinerja karyawan yang sedang bekerja, serta tanggung jawab dalam mengambil keputusan dalam kegiatan operasional, bertanggung jawab terhadap bahan-bahan pakaian yang dibutuhkan apabila ada kekurangan dan juga bertanggung jawab dalam pengolahan keuangan.

b. Karyawan

Bertugas menjaga toko, mengelola barang-barang, membersihkan area toko, serta melayani pelanggan.

Menurut KBBI (2016) karyawan adalah orang yang secara langsung harus mengerjakan sendiri pekerjaannya sesuai dengan perintah atasan.

c. Bagian pemasaran

Bagian pemasaran bertugas memasarkan bahan tekstil ke masyarakat yaitu bertemu langsung dengan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (Mussardo, 2019) pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social, salah satu definisi terbaik terpendek dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasional adalah terdiri dari penentuan kebutuhan, keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang

diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan para pesaing.