

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era teknologi informasi menuntut instansi atau perusahaan melakukan kegiatan operasional secara efektif dan efisien, salah satunya adalah dengan penerapan sistem informasi. Tujuan suatu perusahaan pada umumnya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Salah satu cara memperoleh keuntungan adalah dengan cara melakukan penjualan, baik penjualan secara tunai maupun penjualan secara kredit (Rasyid & Haryati, 2019).

Bersamaan dengan meningkatnya kebutuhan konsumen yang semakin meningkat dan diperlukan suatu pelayanan informasi yang lebih baik, untuk memberi suatu informasi yang cepat dan tepat waktu tanpa banyak melakukan kesalahan maka dibutuhkan suatu sistem informasi (Sihombing, 2018).

Dealer Tjahaja Baru bergerak dibidang bisnis kegiatan jual beli motor secara tunai dan kredit, analisis system penjualan yang berjalan saat ini dirasa kurang efektif dan efisien karena masih menggunakan cara konvensional. Laporan penjualan yang masih menggunakan cara manual sehingga dapat memungkinkan terjadinya kesalahan dalam melakukan pencatatan, kerusakan dokumen, atau kehilangan berkas transaksi penting lainnya. Hal ini memperlambat proses mendapatkan informasi

penjualan setiap bulan dan tahunnya. Sehingga pelayanan kepada pelangganpun menjadi kurang maksimal.

Saat ini kepuasan pelanggan terhadap perusahaan baik dalam hal produk maupun pelayanan, perlu dibangun untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan agar selalu menggunakan produk perusahaan dan memanfaatkan perkembangan teknologi internet. Perkembangan teknologi internet dan kemudahan akses dari berbagai peralatan komunikasi, memberikan pengaruh terhadap gaya konsumen untuk berbelanja secara efektif dan efisien (Purwanto, dkk 2018).

Untuk itu penulis dalam penelitian ini mengangkat metode Manajemen Hubungan Pelanggan atau yang lebih dikenal dengan istilah Customer Relationship Management (CRM). Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu sistem yang dikembangkan dengan tujuan untuk menunjang perusahaan dalam membangun hubungan yang erat dengan para pelanggannya. Karena pelanggan merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan (Rosinta & Hasibuan, 2018).

Customer Relationship Management CRM diartikan sebagai satu kesatuan penjualan, pemasaran dan strategi pelayanan yang mencegah terjadinya aktivitas pekerjaan yang tidak terkoordinasi antar bagian dengan baik dan itu tergantung pada aksi-aksi perusahaan yang terkoordinasi (Zakaria & Marlina, 2019). Hubungan yang baik dengan pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan inti dari kesuksesan

bisnis. CRM yang dilaksanakan akan membantu mengumpulkan informasi tentang pelanggan, efektifitas perusahaan, respon dari pasar, dan trend yang ada dipasar.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini sebagai bahan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **"Sistem Informasi Penjualan Secara Tunai dan Kredit Pada Dealer Motor Tjahaja Baru Dengan Menerapkan Metode Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Bahasa Pemrograman Php dan Database MySQL"** yang diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi perusahaan, pelanggan, dan klien bisnis perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang timbul yaitu:

1. Apakah dengan dirancangnya system informasi penjualan motor secara tunai dan kredit dapat membantu pihak dealer motor dalam mengelola data penjualan secara cepat, tepat dan akurat?
2. Apakah dengan menerapkan metode Customer Relationship Management pada website dealer motor Tjahaja Baru dapat membangun relasi dengan pelanggan ?
3. Bagaimana implementasi system informasi penjualan secara tunai dan kredit pada dealer motor Tjahaja Baru ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam Penyusunan skripsi ini, penulis memberi batasan-batasan supaya pembahasan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan maka penulis memberikan batasan sistem yang dibuat hanya membahas tentang penjualan motor secara tunai dan kredit dimana sistem yang dibuat menggunakan bahasa pemrograman php dan database mysql.

1.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dibuatlah jawaban sementara dari masalah diatas yaitu :

1. Sistem informasi penjualan pada Dealer Motor Tjahaja Baru ini dirancang agar dapat membantu pihak dealer dalam mengelola data penjualan secara tunai dan kredit secara cepat tepat dan akurat, serta menghasilkan laporan yang akurat.
2. Diharapkan dengan di implementasikanya sistem informasi penjualan secara tunai dan kredit menggunakan metode Costumer Relationship Management (CRM) dapat meningkatkan hubungan atau relasi dengan pelanggan dimana pelanggan dapat melihat promo yang ditawarkan serta dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran kredit karna bisa dilakukan dimana saja.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah :

1. Membantu pihak dealer motor Tjahaja Baru dalam mengelola proses transaksi pembayaran secara tunai dan kredit.
2. Membantu pihak dealer motor Tjhaja Baru dalam meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.
3. Sebagai hasil karya tulis ilmiah yang tentunya tulisan-tulisan ini dapat menjadi bahan bacaan yang berguna untuk menambah pengetahuan tentang dan metode pembayaran secara komputerisasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas, melatih dalam berpikir secara sistematis dan ilmiah, serta mengembangkan kemampuan untuk melakukan analisis terhadap masalah yang lebih kritis.
2. Bagi Subject Penelitian.

Bagi Dealer Motor Tjahaja Baru penelitian ini diharapkan dapat mempermudah pihak Dealer dalam melakukan pencatatan transaksi secara tunai ataupun kredit dan dapat meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

Pada tinjauan umum perusahaan akan dijelaskan sekilas tentang Dealer Motor Tjahaja Baru, struktur organisasi, dan pembagian tugas dan tanggung jawab.

1.7.1 Sekilas Tentang Dealer Motor Tjahaja Baru

Tjahaja Baru adalah sebuah perusahaan otomotif sebagai main dealer sepeda motor merek Yamaha. Perusahaan ini menjual berbagai merek sepeda motor Yamaha, spare parts dan juga layanan bengkel. Sebagai main dealer motor & spare parts Yamaha, perusahaan ini berkembang sangat pesat. Dalam perkembangannya, Tjahaja baru ini juga memiliki beberapa cabang yang tersebar di wilayah Sumatera Barat

Yamaha berdiri di Indonesia sejak 1974, memberikan kontribusi yang besar dalam penyediaan alat transportasi kendaraan roda dua, dengan standar kualitas yang tinggi disertai pelayanan purna jual yang tersebar di seluruh Indonesia dengan total jaringan lebih dari 3.000 dealer dan bengkel.

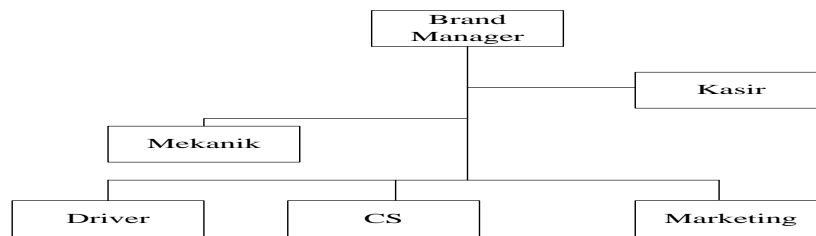
1.7.2 Struktur Organisasi

Dalam mencapai tujuan suatu organisasi tidak bisa melakukannya sendirian akan tetapi dilakukan secara bersama-sama. Organisasi memiliki masing-masing personil bekerja menurut bidang yang di tetapkan. Oleh karena itu perlu dibuatkan struktur organisasi.

Struktur organisasi adalah gambaran dari serangkaian tugas yang tujuannya agar anggota yang berada di dalam organisasi dapat bekerja sama dengan baik supaya tujuan dari organisasi bisa tercapai. Struktur organisasi di setiap organisasi berbeda-

beda, tergantung pada jenis organisasi. Oleh sebab itu dalam merancang struktur organisasi harus disesuaikan dengan kondisi organisasi dan jumlah anggotanya.

Adapun struktur organisasi Dealer Motor Tjahaja Baru dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber :Tjahaja Baru

Gambar 1.1 Struktur Organisasi

1.7.3 Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Dari struktur organisasi (Gambar 1.1) dapat diuraikan tugas dan tanggung jawab dari masing masing bagian tersebut :

1. Brand Manager

Mengelola pelaksanaan rencana pemasaran untuk produk yang digunakan dan memastikan penggunaan yang efisien dan efektif dari anggaran pemasaran.

2. Kasir

Menerima uang pembayaran saat pembelian produk dan melakukan pengembalian uang sisa pembayaran. Melakukan pencatatan atas semua transaksi serta melakukan pelaporan kepada atasan.

3. Mekanik

Melakukan perawatan kendaraan sesuai job order yang diberikan staff maintenance serta melaporkan hasil kegiatan kepada staff maintenance.

4. Driver

Melakukan pengiriman barang kepada konsumen sesuai pesanan, serta mengerjakan laporan aktivitas sopir barang.

5. Costumer Service

Layanan pelanggan dengan membantu pelanggan atas keluhan dan pertanyaan, member pelanggan informasi tentang produk dan layanan.

6. Marketing

Memasarkan hasil produksi perusahaan melalui berbagai cara, agar produk dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.