

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi saat ini mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin pesat yang mengakibatkan suatu perusahaan berlomba-lomba untuk dapat menarik minat pelanggan dimana, kualitas pelayanan tetap menjadi sesuatu yang sangat penting, dalam menghadapi pelanggan yang membutuhkan *level of excellence* yang tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan pelanggan, Secara esensial, baik pelanggan kelas atas, menengah bahkan bawah sekalipun membutuhkan pelayanan yang baik dan bermutu, hanya saja tingkatannya yang berbeda-beda. Jika diamati sesungguhnya inti persaingan saat sekarang ini lebih pada bagaimana perusahaan menyadari betul siapa target. (Sugiarn et al., 2015)

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. (Ngafifi, 2014)

Bisnis membutuhkan strategi yang sesuai untuk dapat bertahan di pasar, dapat menghadapi persaingan, ancaman, dan peluang pasar. Salah satu strategi yang

dapat dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan strategi *customer relationship management (CRM)*.

Customer Relationship Management (CRM) yaitu sebuah strategi yang menjalin hubungan untuk membina loyalitas pelanggan atau membina hubungan jangka panjang untuk menciptakan nilai yang lebih besar sehingga mampu mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan .(Joyendri, 2017)

Pada dasarnya, tujuan suatu perusahaan mengadopsi CRM adalah untuk meningkatkan ketahanan dan kepuasan pelanggan. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Sasaran utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan (*behavior*) pelanggan.(Palsbo, 2012)

Toko Rasyda Fashion merupakan sebuah toko yang menjual pakaian wanita, Toko Rasyda Fashion dalam melakukan penjualannya masih mengandalkan tatap muka dengan konsumen, dimana konsumen datang langsung ke toko dan memilih barang yang akan di beli, kemudian dalam melakukan pembayaran secara tunai. Padahal jika dilakukan penjualan secara *online* tentunya akan memperluas peluang pasar dan juga dapat meningkatkan penjualan.

Laporan pada Toko Rasyda Fashion masih dilakukan dengan cara manual, sehingga pimpinan masih membutuhkan waktu yang lama dalam membuat

laporan harian, bulan dan tahunan, dan laporan tersebut mudah rusak bahkan hilang.

Pada saat ini konsumen sangat sulit mencari informasi tentang keberadaan Rasyda Fashion, yang mengakibatkan Toko Rasyda Fashion kurang dikenal oleh banyak orang. Dengan adanya permasalahan tersebut maka di butuhkan sebuah *website* dengan konsep strategi CRM.

Hal ini sangat penting karena dengan keberadaan suatu *website* dapat membantu menyampaikan informasi produk secara detail pada konsumen, selain itu dengan *website* tersebut dapat mempermudah konsumen mengakses sistem informasi yang dibutuhkan dimana saja dan kapan saja.

Tidak hanya itu, keberadaan suatu *website* dapat memperluas jangkauan pemasaran Toko Rasyda Fashion. Berdasarkan dengan keadaan dan permasalahan diatas, saya tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN DENGAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT(CRM) BERBASIS WEB MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL PADA TOKO RASYDA FASHION BUKITTINGGI”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan mendasar pada Toko Rasyda Fashion, ada pun permasalahan tersebut antara lain:

1. Bagaimana strategi CRM dapat meningkatkan penjualan dan mempermudah komunikasi dengan konsumen pada Toko Rasyda Fashion?
2. Bagaimana penerapan bahasa pemrograman PHP dalam pembuatan sistem berbasis web dengan implementasi strategi CRM?
3. Bagaimana database *Mysql* dapat menyimpan data-data penjualan dari Toko Rasyda Fashion?

1.3 Batasan Masalah

Dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada Toko Rasyda Fashion 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 Rasyda Fashion.

1.4 Hipotesa

Berdasarkan permasalahan maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

1. Dengan adanya sistem tersebut diharapkan dapat mempermudah komunikasi antara pihak Toko Rasyda Fashion dengan konsumennya dan diharapkan juga dapat meningkatkan penjualan terhadap toko.
2. Dengan adanya sistem informasi berbasis *website* ini diharapkan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja, sehingga memperluas pemasaran dan penjualan serta juga dapat menambah jumlah konsumen Toko Rasyda Fashion.

3. Dengan adanya sistem penyimpanan pada database diharapkan dapat mempermudah Toko Rasyda Fashion dalam melakukan penyimpanan data-data transaksi.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk menghasilkan sebuah *website* yang dapat membantu Toko Rasyda Fashion dalam memasarkan produknya.
2. Untuk menghasilkan system informasi yang dapat membantu konsumen untuk dapat melihat informasi produk secara detail.
3. Untuk mempermudah Toko Rasyda Fashion Bukittinggi dalam mengelola data barang dan transaksi yang terjadi.
4. Memperkenalkan lebih lanjut tentang kegunaan computer dengan sistem yang handal yang dapat membantu pekerjaan manusia.

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 sistem informasi.
 2. Sebagai sarana bagi penulis dalam mengembangkan wawasan di bidang ilmu computer.

3. Sebagai acuan bagi peneliti dalam mengembangkan sistem yang lebih baik lagi.
- 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 Rasyda Fashion Bukittinggi
1. Membantu Toko Rasyda Fashion Bukittinggi dalam meningkatkan proses penjualan.
 2. Dapat menyediakan laporan yang cepat, tepat dan akurat guna membantu Toko Rasyda Fashion Bukittinggi dalam mengambil keputusan.
 3. Mempermudah pihak Toko Rasyda Fashion Bukittinggi untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

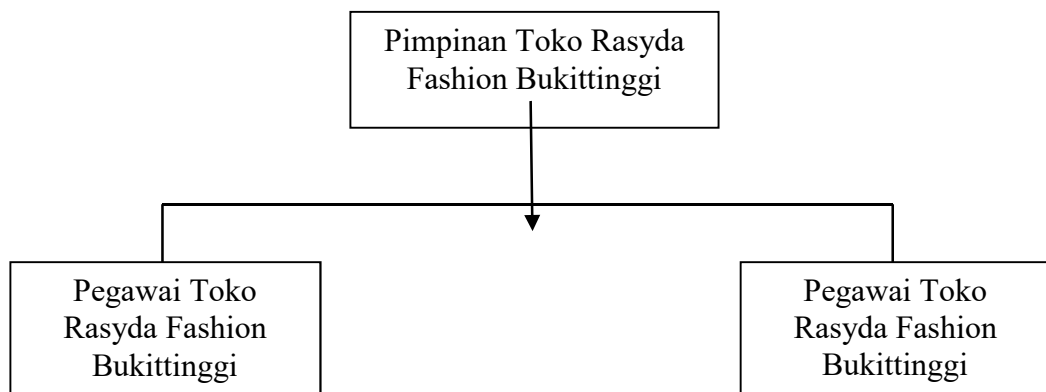
1.7.1 Sejarah Singkat Toko Rasyda Fashion

Toko Rasyda Fashion merupakan toko milik pribadi yang dipimpin oleh bapak Nanda Ulil Abrar yang melakukan usaha di bidang penjualan pakaian

wanita. Berbagai macam model pakaian wanita terdapat pada Toko Rasyda Fashion.

Toko Rasyda Fashion berdiri pada tahun 2005. Toko ini beralamat di Lt,II Los G Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

1.7.2 Struktur Perusahaan



Gambar 1.1 Struktur Toko Rasyda Fashion Bukittinggi

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 Rasyda Fashion.
- 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 Rasyda Fashion
- b. mencatat transaksi penjualan
- c. membuat laporan penjualan barang