

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi pada saat ini, persaingan dunia bisnis yang ketat mengharuskan perusahaan untuk mampu membaca peluang serta focus terhadap apa yang menjadi kebutuhan dan kenyamanan pelanggan. Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia cukup berkembang seperti pada usaha properti, industri rumahan, *fashion*, kuliner serta retail. Strategi pemasaran merupakan suatu bentuk strategi agar mampu menjadikan peluang bagi calon pelanggan secara maksimal.

NF Style merupakan suatu usaha yang bergerak pada bidang *fashion*. Menjual berbagai jenis model hijab terkini. Namun dalam soal pemasaran, NF Style belum memiliki strategi khusus untuk menangani masalah pemasaran ini. Dimana proses pemasaran hanya berjalan secara sederhana melalui media sosial ataupun informasi pelanggan dalam hal tempat, kenyamanan produk, harga produk, serta keistimewaan lainnya yang tersedia kepada calon pelanggan lainnya. Dengan cara pemasaran yang seadanya, akan berakibat tidak maksimalnya peluang bagi calon pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya dikarenakan kurangnya gambaran yang nyata terhadap NF Style ini.

Maka dari itu, perlu sekiranya diterapkan sebuah strategi yang dapat serta mampu mengimplementasikan suatu produk teknologi informasi yang mampu meningkatkan layanan marketing dan *customer support* dengan menggunakan

penerapan konsep Manajemen Hubungan atau CRM. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut menjadi laporan Tugas Akhir dengan judul **“PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEB PADA NF STYLE”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana membangun sebuah sistem yang dapat memudahkan toko NF Style dalam penjualan serta pemasaran?
2. Bagaimana menerapkan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web pada toko NF Style?
3. Bagaimana sistem dapat memudahkan *customer* dalam melakukan pemesanan produk?

1.3 Hipotesis

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

1. Sistem ini dapat memudahkan pemilik toko NF Style dalam penjualan serta pemasaran.
2. Pemilik mampu menerapkan sistem CRM berbasis web.
3. *Customer* mampu dengan mudah untuk melakukan transaksi pembelian produk.

1.4 Batasan Masalah

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

1. Strategi pemasaran pada toko NF Style ini menerapkan metode CRM dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.
2. Data yang dianalisa berdasarkan lokasi toko, harga, serta bentuk fisik dari produk yang ada.
3. Proses ini melibatkan beberapa bidang yaitu bidang pemasaran (*marketing*), bidang pemesanan (*order*), dan pelayanan konsumen (*customers service*).

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Membangun sebuah sistem informasi yang dapat membantu dalam persoalan pemasaran serta pemesanan produk.
2. Mampu menerapkan metode *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis web.
3. Dapat dimanfaatkan sebagai teknologi yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang akhirnya memberikan keuntungan jangka panjang bagi Toko NF Style.

1.6 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi toko, dapat membantu dan memudahkan dalam pemesanan produk agar mampu menarik calon pelanggan.
2. Bagi *customers* memudahkan dalam mendapatkan informasi terbaru mengenai produk, memudahkan dalam melakukan transaksi pembelian produk.
3. Bagi peneliti, dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan, melatih pola pikir yang sistematis dan ilmiah, dan menjadi acuan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1.7 Tinjauan Umum Perusahaan

1.1.1 Sejarah Umum Berdirinya Toko NF Style Bukittinggi

NF Style berdiri pada 20 Oktober tahun 2017. *Owner* mengawali usaha dengan menjual barang jadi yang siap dipasarkan ke konsumen dengan bermodalkan media sosial seperti Instagram, Facebook serta WhatsApp sebagai jalan untuk mempromosikan produk.

Dalam kegiatannya, modal awal yang dikeluarkan hanya berkisar Rp. 100.000,- yang pada saat itu *owner* bisa mendapatkan produk sebanyak 7-9 *item* produk. Seiring berjalannya waktu, kini NF Style telah mampu memproduksi sendiri produknya serta menggunakan *Brand* sendiri.

Adapun dasar dari pendirian Toko yang kini berdomisili di Banto Trade Center. Lt 1 C28 Pasar Bawah Kota Bukittinggi ini adalah untuk membuka usaha

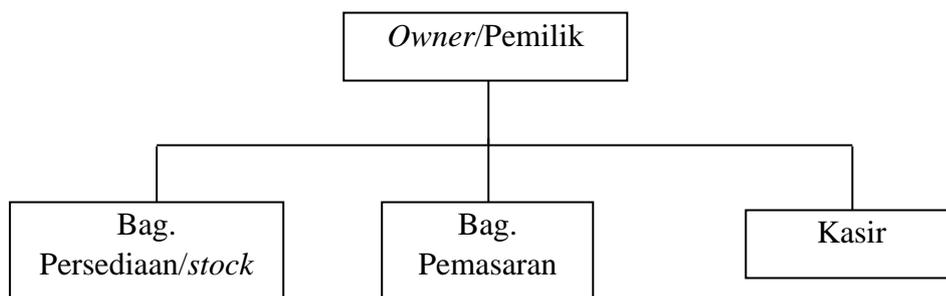
sendiri, yang mana sampai saat ini kegiatan usahanya berjalan lancar dan mempunyai prospek yang cukup cerah dimasa yang akan datang serta ada kemungkinan untuk membuka cabang usahanya di lokasi lain.

1.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah gambaran dari serangkaian tugas-tugas yang tujuannya agar anggota yang berada didalam organisasi dapat bekerja sama dengan baik yang ditunjang dengan menjaga hubungan formil yang telah terstruktur dan informil antara individu.

Struktur organisasi bukanlah tujuan dari suatu perusahaan namun merupakan alat bantu dalam mencapai tujuan. Dalam pencapaian tujuan itu perlu adanya koordinasi dan kerjasama antara bagian-bagian dalam perusahaan.

NF Style dalam menjalankan usaha pencapaian tujuannya membagi/mengelompokkan kegiatan-kegiatannya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat di skema gambar 1.1 berikut



Sumber : Toko NF Style Bukittinggi

Gambar 1.1 Struktur Organisasi NF Style Bukittinggi

1.1.3 Tugas dan Wewenang Masing-masing Bagian

Setelah melihat dan memperhatikan gambar struktur organisasi diatas, maka dapat diuraikan dan dijelaskan pembagian tugas dan wewenang masing-masing bagian sebagai berikut:

1. *Owner*
 - a. Sebagai pemilik dan penanam modal toko.
 - b. Menentukan kebijaksanaan umum toko.
 - c. Mengatur segala aktifitas harian dalam perusahaan.
 - d. Menerima dan mempelajari laporan yang disampaikan oleh masing-masing bagian.
2. Bagian Pemasaran
 - a. Bertanggung jawab atas kelancaran distribusi barang seperti pengiriman barang pesanan konsumen.
 - b. Memberikan laporan mengenai proses distribusi barang.
3. Kasir
 - a. Melayani transaksi jual beli secara langsung dari konsumen.