

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang ketat muncul karena adanya teknologi yang berkembang pesat. Dengan adanya persaingan yang ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih mengedepankan kualitas produk dan sasaran pasar yang dituju. Tidak hanya itu mempertahankan bisnis juga membutuhkan teknologi informasi agar mudah diakses oleh pelanggan dalam melakukan transaksi. Aspek penting yang perlu diperhatikan dalam persaingan usaha yaitu kepuasan pelanggan dan keinginan pelanggan. Dengan perkembangan pasar saat ini, banyaknya pelaku usaha yang saling bersaing satu sama lain untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dengan menjalin komunikasi yang baik agar mendapatkan pelanggan baru.

Bisnis membutuhkan strategi yang sesuai agar dapat bertahan di pasar, menghadapi persaingan, ancaman dan peluang pasar. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan strategi *Customer Relationship Management* (CRM). Rosmayani (2016), mengatakan bahwa CRM ialah suatu strategi bisnis yang membantu organisasi untuk mencapai sasaran dengan menerapkan konsep dan teknologi CRM terhadap suatu operasi bisnis. Operasi bisnis yang dilakukan harus bergantung kepada jenis-jenis bisnis, serta jika ingin menerapkan CRM manajemen harus meneliti masalah-masalah yang mungkin ditemukan selama proses, sebelum dan sesudah

melaksanakan penerapan. CRM dapat membangun komunikasi antara pelanggan dengan perusahaan (Mashuda, I., & Susanti, 2020). Sedangkan Yuda (2019), mengatakan bahwa CRM merupakan bisnis yang menempatkan *customer* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penelitian-penelitian terdahulu. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Victor *et al* (2015) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel CRM terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imasari dan Nursalim (2014), menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel CRM dengan loyalitas pelanggan.

Toko Tiga Putra merupakan toko yang menjual alat kebutuhan rumah tangga. Dalam melakukan transaksi penjualan toko Tiga Putra masih mengandalkan tatap muka dengan konsumen, dimana konsumen datang langsung ke toko dan memilih barang yang akan di beli. Akan tetapi, jika penjualan dilakukan secara online tentunya akan mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi dan memperluas peluang pasar serta meningkatkan penjualan.

Laporan pada toko Tiga Putra masih dilakukan dengan cara manual. Sehingga pimpinan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membuat laporan penjualan harian, bulanan, dan tahunan. Dengan menggunakan cara manual tersebut, besar kemungkinan laporan bisa rusak bahkan hilang. Pada saat ini, konsumen sangat sulit mencari informasi tentang keberadaan toko Tiga Putra, yang mengakibatkan toko kurang dikenal oleh banyak orang. Dengan adanya permasalahan tersebut maka dibutuhkan sebuah *website* dengan menggunakan

metode CRM. Hal ini sangat penting karena dengan keberadaan suatu *website* dapat membantu dalam menyampaikan informasi produk secara detail kepada konsumen. Selain itu dengan adanya *website* tersebut dapat mempermudah konsumen mengakses informasi yang dibutuhkan dimana saja dan kapan saja.

Keberadaan suatu *website* dapat memperluas jangkauan pemasaran toko Tiga Putra. Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN ALAT RUMAH TANGGA DENGAN METODE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MySQL PADA TOKO TIGA PUTRA”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan mendasar pada Toko Tiga Putra, ada pun permasalahannya tersebut antara lain:

1. Bagaimana strategi CRM dapat meningkatkan penjualan pada Toko Tiga Putra?
2. Bagaimana strategi CRM dalam mempermudah komunikasi dengan konsumen pada Toko Tiga Putra?
3. Bagaimana penerapan bahasa pemrograman PHP dalam pembuatan sistem berbasis web dengan implementasi strategi CRM?
4. Bagaimana cara mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan?

5. Bagaimana database *MySQL* dapat menyimpan data-data penjualan dari Toko Tiga Putra?
6. Sistem ini penjualan pada Toko Tiga Putra. Dalam penelitian ini akan dirancang sistem informasi penjualan alat rumah tangga menggunakan metode CRM (*Customer Relationship Management*) dengan bahasa pemrograman PHP dan database *MySQL*.

1.3. Batasan Masalah

Dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada toko Tiga Putra 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 Tiga putra.

1.4. Hipotesa

Berdasarkan permasalahan maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

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

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian antara lain :

1. Untuk meningkatkan penjualan pada toko Tiga Putra.
2. Untuk menghasilkan sistem informasi yang dapat membantu konsumen untuk dapat melihat informasi produk secara detail
3. Untuk menghasilkan sebuah *website* yang dapat membantu toko Tiga Putra dalam memasarkan produk.
4. Memperkenalkan lebih lanjut tentang kegunaan komputer dengan sistem yang handal yang dapat membantu pekerjaan manusia.
5. Untuk mempermudah toko Tiga Putra dalam mengelola laporan penjualan harian, bulanan, dan tahunan.

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 komputer.
 3. Sebagai acuan bagi peneliti dalam mengembangkan sistem yang lebih baik.
- b) Bagi kampus

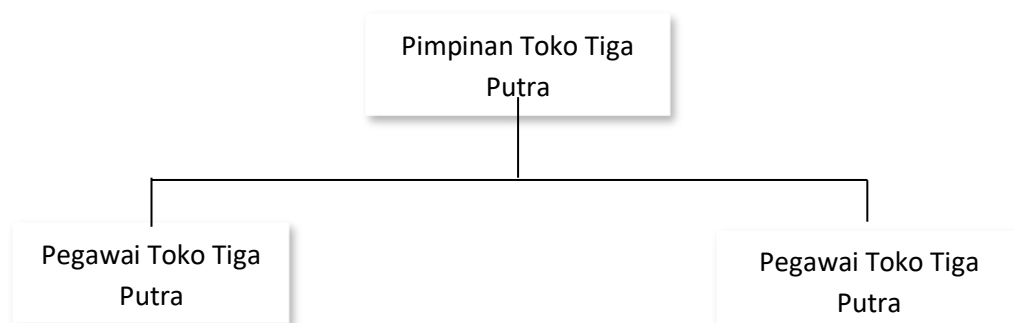
1. Sebagai bahan untuk menambah referensi di perpustakaan Universitas Putra Indonesia “ YPTK “ Padang khususnya program studi Sistem Informasi.
 2. Sebagai alat ukur untuk menilai pemahaman mahasiswa dalam melakukan penelitian
- c) Bagi Toko Tiga Putra
1. Membantu Toko Tiga Putra dalam meningkatkan proses penjualan.
 2. Dapat menyediakan laporan yang cepat, tepat dan akurat guna membantu Toko Tiga putra dalam mengambil keputusan.
 3. Mempermudah pihak Toko Tiga putra untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

1.7. Tinjauan Umum Perusahaan

1.7.1. Sejarah singkat Toko Tiga putra

Toko Tiga Putra berdiri sejak tahun 2008, merupakan toko milik pribadi yang dipimpin oleh Bapak Rasmen yang melakukan usaha di bidang penjualan alat perlengkapan rumah tangga yang beralamat Jln. Pemuda RT.04, Sukasari, Kec. Sarolangun, Kabupaten Sarolangun, Jambi.

1.7.2. Struktur Perusahaan



Gambar 1.1 Struktur Toko Tiga Putra

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 Tiga putra.
- 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 Tiga putra.
- b. mencatat transaksi penjualan.
- c. membuat laporan penjualan barang.